

T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

GRAFİK TASARIM PRATIĞİNDE ÜRETKEN YAPAY ZEKÂNIN
ETKİNLİĞİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuba ŞEKERLİ

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı
Grafik Tasarımı Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı:
Prof. Çetin TÜKER

OCAK 2024

ÖNSÖZ

Akademik yolculuğum süresince desteklerini esirgemeyen, özellikle lisansüstü eğitimim boyunca bana rehberlik eden değerli hocam Prof. Çetin Tüker'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, her zaman yanımda olan ve ihtiyaç duyduğum her an bana destek olan aileme ve Tofu'ya sonsuz minnettarım.

Tuba ŞEKERLİ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
KISALTMALAR.....	x
ŞEKİL LİSTESİ.....	xii
ÖZET.....	xviii
ABSTRACT	xx
1. GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın Amacı.....	2
1.2 Çalışmanın Sınırlılıkları	3
1.3 Çalışmanın Yöntemi.....	3
1.4 Tezin Kurgusu.....	3
2. GRAFİK TASARIM ve YAPAY ZEKÂ.....	5
2.1 Grafik Tasarım / Görsel iletişim Tasarımı	5
2.1.1 Görsel İletişim Tasarımcısının Vasıfları	5
2.1.2 Görsel İletişim Tasarımcısının Çalışma Alanları	6
2.2 Yapay Zekâ	6
2.3 Tasarım.....	7
2.3.1 Yapay Zekânın Tasarım Endüstrisindeki Etkileri	8
3. GRAFİK TASARIM KAPSAMINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI ve	
UYGULAMALARI.....	10
3.1 Üretken Rekabetçi Ağlar'ın (GAN) Tanımı ve Çalışma Prensipleri	12
3.1.2 GAN Teknolojisinin Grafik Tasarım Alanında Kullanımı.....	14
3.1.2.1 Kontrol Edilemeyen İmge Oluşturma.....	14
3.1.2.2 Koşullu Oluşturma (CGAN)	15
3.1.2.3 Yarı-Kontrollü Oluşturma ve Stil Karışımı.....	17
3.2 Prompt Oluşturma	17
3.2.1 Genel Prompt Yapısı	18
3.2.2 Yaygın Kullanılan Prompt Çeşitleri	19
3.3 Midjourney	22

3.3.1 Midjourney’de Prompt Yazma ve Görsel Oluşturma	22
3.3.1.1 Görüntü Promtu (Image Prompts).....	23
3.3.1.2 Çoklu Promtlar (Multi Prompts)	23
3.3.1.3 Permütasyonlar.....	24
3.3.1.4 Pan.....	25
3.3.1.5 Remiks Modu	26
3.3.1.6 Uzaklaştır (Zoom Out)	27
3.3.1.7 Parametreler	27
3.3.2 Midjourney Platformunda Oluşturulmuş Örnekler	28
3.4 Dall-e.....	32
3.4.1 Dall-e Kapsamında Prompt Yazma ve Görsel Oluşturma.....	33
3.4.2 Dall-e Platformunda Oluşturulmuş Örnekler	34
3.5 FontJoy.....	38
3.6 Fronty AI.....	40
3.7 Yapay Zekâ Uygulamaları Kullanılarak Tasarlanmış İşler.....	42
3.7.1 Endemic Verse Markası İçin Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Ambalaj Tasarımının İncelemesi.....	42
3.7.2 The Economist “AI’S NEW FRONTIER” Başlıklı Sayısı İçin Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Kapak Tasarımı ve Tasarım Sürecinin İncelenmesi	45
3.7.3 Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali İçin Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Afiş Tasarımının İncelemesi.....	50

4. GRAFİK TASARIM ALANINDA YAPAY ZEKÂ (DALL-E)

UYGULAMALARINA İLİŞKİN VAKA ÇALIŞMALARI..... 52

4.1 Araştırmanın Amacı.....	52
4.2 Araştırma Soruları	52
4.3 Araştırmanın Deseni.....	53
4.4 Katılımcı Profili	53
4.5 Uygulama Protokolü	54
4.6 Veri Toplama Aracı.....	54
4.6.1 Çalışmalarda Dall-e Yapay Zekâ Aracının Kullanılma Nedenleri	54
4.7 Verilerin Analizi.....	55
4.8 Vaka Çalışmaları	55
4.8.1 Vaka Çalışması I: Fika Çikolata Markası İçin Yapay Zekâ Destekli Logo Tasarımı.....	56

4.8.1.1 Katılımcı A.....	57
4.8.1.2 Katılımcı B.....	58
4.8.1.3 Katılımcı C.....	60
4.8.1.4 Katılımcı D.....	61
4.8.1.5 Katılımcı E.....	63
4.8.1.6 Katılımcı F.....	64
4.8.1.7 Katılımcı G.....	65
4.8.2 Vaka Çalışması II: Fika Çikolata Markası İçin Yapay Zekâ Destekli Ambalaj Tasarımı.....	67
4.8.2.1 Katılımcı A.....	68
4.8.2.2 Katılımcı B.....	69
4.8.2.3 Katılımcı C.....	71
4.8.2.4 Katılımcı D.....	72
4.8.2.5 Katılımcı E.....	74
4.8.2.6 Katılımcı F.....	75
4.8.2.7 Katılımcı G.....	77
4.8.3 Vaka Çalışması III: İstanbul Caz Festivali İçin Yapay Zekâ Destekli Afış Tasarımı.....	79
4.8.3.1 Katılımcı A.....	79
4.8.3.2 Katılımcı B.....	81
4.8.3.3 Katılımcı C.....	83
4.8.3.4 Katılımcı D.....	85
4.8.3.5 Katılımcı E.....	86
4.8.3.6 Katılımcı F.....	88
4.8.3.7 Katılımcı G.....	90
4.9 Bulgular.....	91
4.9.1 Tasarım Sürecinde Yapay Zekâ (Dall-e) ve Tasarımcı Etkileşimi.....	93
4.9.1.1 Prompt oluşturma.....	94
4.9.1.2 Eskiz ve Fikir Geliştirme.....	98
4.9.1.3 Süreç İyileştirmeleri ve Optimizasyon.....	99
4.9.1.4 İnsan (Tasarımcı) Müdahalesinin Önemi.....	101
4.9.2 Yapay Zekâ Teknolojisinin (Dall-e) Grafik Tasarım Alanına Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	102
4.9.2.1 Verimlilik.....	103
4.9.2.2 Teknolojik Zorluklar ve Sınırlılıklar.....	105

4.9.2.3 Etik ve Yaratıcılık Üzerine Etkiler.....	107
4.9.3 Tasarımcının Rolü ve Perspektifi.....	108
4.9.3.1 Tasarımcıların Yapay Zekâ Uygulamalarına Yaklaşımları.....	109
4.9.3.2 Mesleki Değişim ve Gelişim.....	111
4.9.4 Araştırmacının Gözlemleri.....	114
5. TARTIŞMA	116
5.1 Araştırma Soruları.....	116
5.1.1 Dall-e Gibi Yapay Zekâ Tabanlı Uygulamaların Tasarım Süreçleri ve Tasarımcıların Çalışma Dinamikleri Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri Nelerdir?116	
5.1.2 Tasarımcının Tasarım Sürecini Başlatırken Prompt Oluşturma Pratiğinin Sonuçta Elde Edilen Tasarımın Niteliğine Olan Etkileri Nelerdir?	117
5.1.3 Tasarımcıların Dall-e Uygulamasını Kullanırken Karşılaştıkları Zorluklar, Uygulamanın Avantajları ve Dezavantajları Nelerdir?	117
5.2 Tartışma.....	118
KAYNAKLAR.....	123
EKLER.....	129
ÖZGEÇMİŞ.....	134

KISALTMALAR

AI: Artificial intelligence (Yapay Zekâ)

GAN: Generative Adversarial Networks

UI: Kullanıcı Arayüzü

UX : Kullanıcı Deneyimi

URL: Uniform Resource Loader (Tekdüzen Kaynak Bulucu)

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 3.1 Üretken Rekabet Ağı (GAN)	13
Şekil 3.2 GAN teknolojisi kullanılarak oluşturulan yüz imgelerinin yıllar içindeki gelişimi. Sırasıyla soldan sağa GAN [2], DCGAN [3], Coupled GAN [4], Progressive GAN [5], StyleGAN [6], StyleGAN2 [1] (Aykut Erdem ve Erkut Erdem makalesinden uyarlanmıştır).	13
Şekil 3.3 BigGAN.....	15
Şekil 3.4 Koşullu GAN	16
Şekil 3.5 Pixel2style2pixel.....	16
Şekil 3. 6 StyleGAN2	17
Şekil 3.7 Genel prompt yapısı.....	18
Şekil 3. 8 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan kedi görseli	19
Şekil 3.9 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile görsel oluşturma aşamasında kullanılan stiller ve örnek görsel	19
Şekil 3.10 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller	20
Şekil 3.11 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller	20
Şekil 3.12 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller	21
Şekil 3.13 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller	21
Şekil 3. 14 MidJourney yapay zekâ uygulamasında prompt oluşturma yapısı.....	23
Şekil 3.15 MidJourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan görüntü prompt örneği	23
Şekil 3. 16 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan çoklu prompt örneği	24
Şekil 3.17 MidJourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan çoklu prompt örneği	24
Şekil 3.18 Midjourney yapay zekâ uygulaması, prompt içeriğinde permütasyon kullanımı	25
Şekil 3.19 MidJourney yapay zekâ uygulamasında, pan kullanımı (yukarı, aşağı)...	25
Şekil 3.20 MidJourney yapay zekâ uygulamasında, pan kullanımı (sağ, sol)	26

Şekil 3.21 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, remix mod kullanımı ile görsel oluşturma.....	26
Şekil 3.22 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, remix mod kullanımı ile görsel oluşturma.....	27
Şekil 3.23 MidJourney yapay zekâ uygulamasında, zoom out kullanımı ile görsel genişletme	27
Şekil 3.24 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, parametre kullanımı ile prompt oluşturma.....	28
Şekil 3.25 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş görseller	29
Şekil 3.26 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş UI (kullanıcı arayüz) tasarım örneği	29
Şekil 3.27 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş görsel	30
Şekil 3.28 MidJourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş logo.....	30
Şekil 3.29 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarımı.....	31
Şekil 3.30 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan illüstrasyon	31
Şekil 3.31 Dall-e 3 yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan afiş	33
Şekil 3.32 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş ‘Plate girl’ adlı görsel.....	35
Şekil 3.33 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş ‘Fox Rise’ logosu	35
Şekil 3.34 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan kadın portreleri .	36
Şekil 3.35 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarım örneği.....	36
Şekil 3.36 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan UI tasarım örneği	37
Şekil 3.37 FontJoy yapay zekâ platformu tipografi kullanım örneği (Ana başlık, alt başlık ve gövde metni)	38
Şekil 3.38 FontJoy, 3D font haritası	39
Şekil 3. 39 FontJoy yapay zekâ platformu tipografi kullanım örnekleri	39
Şekil 3.40 Fronty yapay zekâ platformunda bir web sitesinin tasarım aşamasından başlayarak halka sunulma sürecine kadar olan web geliştirme aşamaları	40

Şekil 3.41 Fronty yapay zekâ platformunda bir web sitesinin tasarım aşamalarını anlatan infografik	40
Şekil 3.42 Fronty yapay zekâ platformu kullanılarak oluşturulan bir UI tasarım örneği.....	41
Şekil 3.43 Yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş Endemic Verse ambalaj tasarımı	42
Şekil 3.44 Yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş Endemic Verse ambalaj tasarımı (Dreaming Red Petals, Purple Sky Dream, Dreams in Blue).....	43
Şekil 3. 45 Midjourney yapay zeka platformu ile Endemic Verse markası için oluşturulmuş çiçek görselleri	44
Şekil 3.46 Endemic Verse markası için yapay zeka uygulaması ile oluşturulmuş logo tasarımı.....	44
Şekil 3. 47 The Economist dergisi, 11 Haziran 2022 sayısının “AI’s New Frontier” başlıklı kapak tasarımı.....	45
Şekil 3.48 “Akıllı makineler konusunda nasıl akıllıca endişelenilir” promptu ile oluşturulan görseller.....	46
Şekil 3.49 “Yapay zekâ mutlu bir şekilde ileri atlıyor” promptu ile oluşturulan görseller.....	47
Şekil 3. 50 “Yeni bir yapay zekâ türü sahneye çıktı ve olağanüstü şeyler yapabiliyor” promptu ile	47
Şekil 3. 51 “Makine zekasındaki en son buluşla ilgili ne yapılmalı” promptu ile oluşturulan görseller.....	48
Şekil 3.52 “Yapay zekanın yeni sınırı” promptu ile oluşturulan görseller	48
Şekil 3. 53 “Yapay zekânın yeni sınırı” promptu ile art deco tarzında oluşturulan görseller.....	49
Şekil 3.54 “Yapay zekânın yeni sınırı” promptu ile art deco ve kolaj stilleri birleştirilerek oluşturulan görseller	49
Şekil 3.55 Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali afişi yapay zekâ uygulaması ile tasarlanmış afiş	50
Şekil 4. 1 Vaka çalışmalarının akış diyagramı.....	53
Şekil 4.2 Katılımcı A’nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	58

Şekil 4.3 Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	59
Şekil 4.4 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	61
Şekil 4.5 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	62
Şekil 4.6 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	63
Şekil 4.7 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	65
Şekil 4.8 Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	66
Şekil 4.9 Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	68
Şekil 4.10 Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	70
Şekil 4.11 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	72
Şekil 4.12 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	73
Şekil 4.13 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	74

Şekil 4.14 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	76
Şekil 4.15 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	78
Şekil 4.16 Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	81
Şekil 4.17 Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	82
Şekil 4.18 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	84
Şekil 4.19 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	86
Şekil 4.20 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	87
Şekil 4. 21 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	89
Şekil 4.22 Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.).....	91
Şekil 4.23 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan genel kod sistemi	92
Şekil 4.24 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 1. kod sistemi.....	94
Şekil 4.25 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 2. kod sistemi.....	103
Şekil 4.26 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 3. kod sistemi.....	109

GRAFİK TASARIM PRATİĞİNDE ÜRETKEN YAPAY ZEKÂNIN ETKİNLİĞİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Grafik tasarım alanı, sürekli gelişen teknolojiye ayak uydurarak kendini yenileyen ve dönüştüren bir alandır. Bu süreçte, grafik tasarımda meydana gelen her yeni teknolojik gelişme, yaratıcılığın sınırlarını genişletmiştir. 2010'ların başlarından itibaren yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler, bu teknolojilerin kullanımını önemli ölçüde yaygınlaştırmıştır. 2010'ların ortalarından itibaren özellikle derin öğrenme ve makine öğrenmesi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, grafik tasarım alanında yapay zekânın kullanılmaya başladığı görülmektedir. Bunlar, otomatik görüntü oluşturma, tasarım önerileri, renk ve düzen optimizasyonu gibi başlıklar altında toplanabilir. Yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler, grafik tasarım alanında yeni bir teknolojik sıçrama sürecini başlatmıştır.

Bu çalışma, hızla gelişen yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanı ile olan etkileşimlerini, entegrasyonlarını ve tasarım süreçleri ile tasarımcılar üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada, öncelikle grafik tasarım disiplininin tanımı yapılmış, ardından görsel iletişim tasarımcısının vasıfları ve çalışma alanlarından bahsedilmiştir. Yapay zekânın tarihçesi ve tasarım endüstrisi üzerindeki olası etkileri alanyazın taraması yapılarak incelenmiştir. Daha sonra grafik tasarım alanında yapay zekâ kullanımı ve uygulamaları akademik ve akademik olmayan kaynakların araştırılması ile incelenmiştir. Ardından 7 vaka çalışması gerçekleştirilmiş ve nitel analiz yöntemi ile bu çalışmanın analizi yapılmıştır. Vaka çalışmaları sonucunda, yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanında oldukça verimli birer araç olarak kullanılabileceği sonucuna varılarak tasarımcıların bu alanda daha güncel olmaları gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, GAN, Hesaplamalı Tasarım, Üretken Tasarım, Yapay Zekâ

A QUALITATIVE STUDY ON THE EFFECTIVENESS OF GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN GRAPHIC DESIGN PRACTICE

ABSTRACT

The field of graphic design is a field that renews and transforms itself by keeping up with the constantly developing technology. In this process, each new technological development in graphic design has expanded the boundaries of creativity. Since the early 2010s, developments in artificial intelligence technologies have significantly popularised the use of these technologies. Since the mid-2010s, especially with the development of deep learning and machine learning technologies, it is seen that artificial intelligence has started to be used in the field of graphic design. These can be grouped under headings such as automatic image creation, design suggestions, colour and layout optimisation. Developments in artificial intelligence technologies have initiated a new technological leap in the field of graphic design.

This study aims to examine the interactions and integrations of rapidly developing artificial intelligence technologies with the field of graphic design and their effects on design processes and designers. In this study, firstly, the definition of graphic design discipline was made, then the qualifications and working areas of visual communication designers were mentioned. The history of artificial intelligence and its possible effects on the design industry were analysed through a literature review. Then, the use and applications of artificial intelligence in the field of graphic design were analysed by researching academic and non-academic sources. Then, 7 case studies were conducted and analysed with qualitative analysis method. As a result of the case studies, it was concluded that artificial intelligence technologies can be used as a very efficient tool in the field of graphic design and it was emphasised that designers should be more up-to-date in this field.

Key words: Artificial intelligence, Computational Design, Graphic Design, GAN, Generative Design

1. GİRİŞ

Teknoloji ve yapay zekâ alanındaki gelişmeler, insanlık ve dünya için geleceğin sınırlarını yeniden oluşturmaya başlamıştır. Bu teknolojiler, sanayileşme, şehirleşme, ulaşım ve iletişim gibi çeşitli alanlarda sundukları imkanlarla, insan yaşamının her alanı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Dilek, 2019).

Gelişen bu teknoloji ile birlikte dünya, makine öğrenimi ve yapay zekâ tarafından yönlendirilen teknoloji odaklı toplumlara doğru ilerlemektedir. Bu bağlamda, yapay zekâ, dijitalleşmenin en önemli teknolojilerinden biri olarak, çalışma ve yaşam biçimlerimiz üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu etki, grafik tasarım alanı da dahil, belirli mesleklerde tipik günlük faaliyetleri tanımlayan görevleri değiştirmeye yönelik olacaktır. Birçok meslek grubu, bu değişen paradigmada gelecekteki rollerini nasıl şekillendireceklerini düşünmeye başlamıştır. Bu kapsamda, iş sahasında eleştirel düşünme, yaratıcılık, problem çözme ve hızlı karar verme gibi yeteneklerin talebi de daha yüksek olmaya başlayacaktır.

Geçmişten günümüze baktığımızda, teknolojideki gelişmeler, grafik tasarım alanı için oldukça kıymetlidir. 20. yüzyılın son çeyreğinde bilgisayar teknolojisinin ve dijital tasarım araçlarının gelişimi, yanı sıra yapay zekâ teknolojilerinin ortaya çıkışı, grafik tasarım alanında büyük bir değişim gerçekleştirerek, yaratıcılığın ve ifade biçimlerinin sınırlarının genişlemesini sağlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte, tasarımcılar daha önce sahip olmadıkları araçlar ile detay, renk ve kompozisyon kontrolünü kolay bir şekilde gerçekleştirerek daha konforlu tasarım süreçleri elde etmişlerdir. Ayrıca, tasarımcılar dijital araçların gelişimi sayesinde karmaşık görsel efektler oluşturabilir ve prototipler geliştirebilir seviyeye ulaşmışlardır. Yapay zekânın, grafik tasarım alanında gelişimi incelendiğinde, bu teknolojinin de tasarımcılar için oldukça kullanışlı bir tasarım aracı haline dönüşeceği ve tasarımcıların geleneksel rolünün bu kapsamda değişeceği öngörülmektedir.

Teknolojik gelişmelerin hedeflerinden biri, insanların işlerini kolaylaştırarak daha az çalışmalarını ve kendilerine daha fazla zaman ayırmalarını sağlamaktır (Karaata, 2018). Grafik tasarım alanı gibi yoğun iş yükünün olduğu sektörler için bu teknolojik gelişmeler oldukça faydalıdır. Bu teknolojilerin karşısında durmak yerine onları kendi alanlarımıza nasıl entegre edebiliriz sorusunun cevabı aranmalıdır. Karamustafa, (2020) “1960’larda letraset diye bir çıkartma yazı girdi. Elle yazı yazma işi bitti. Letraseti eline geçiren herkes tasarımcıydı.” demiştir. Grafik tasarım alanında, 1960’larda yaşanan bu gelişme, herkesin tasarımcı olabileceğini düşündürmüştü fakat bu gerçekleşmemiştir. Günümüzde de yapay zekâ uygulamalarını kullanan herkesin tasarımcı olabileceği gibi yanlış bir yargı vardır. Bu araçları etkili bir şekilde kullanabilmek için belirli mesleki yeterliliklere sahip olmak, elde edilen çıktıların kalitesini artırmaktadır.

Yapay zekâ teknolojisindeki son gelişmeler, grafik tasarım alanında oldukça avantaj sağlayacağı düşünülmektedir. Bu teknoloji, iş süreçlerinde yenilikçilik ve adaptasyon, zaman tasarrufu ve verimliliği artırmak, yaratıcı süreçlere yardımcı olmak, yenilikçi tasarım seçenekleri sunmak, özelleştirilmiş ve benzersiz içerik üretmek gibi konularda oldukça etkili olma potansiyeline sahip bir araç olarak değerlendirilmektedir (Jockims, 2022).

Günümüz tasarımcılarının, bu yeni tasarım aracına adaptasyonu oldukça önemlidir. Yapay zekâ tasarım süreçlerini geliştirebilir fakat bu teknolojinin verimliliği, insan girdisinin kalitesine bağlıdır. Bu durum tasarımcılara alışkın olmadıkları bir tasarlama sürecini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, tasarımcıların yapay zekâ kapsamındaki mevcut araçları ve potansiyelini iyi bir şekilde anlamaları gerekmektedir.

1.1 Çalışmanın Amacı

Bu tez çalışması, hızla gelişen yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım süreçlerine olan etkilerini, tasarımcıların yapay zekâ teknolojisine adaptasyon süreci ile bu teknolojiye bakış açılarını ve yapay zekâ uygulamalarının getirdiği yenilikler ile grafik tasarım alanındaki olası değişimleri incelemeyi amaçlamıştır.

1.2 Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, temel olarak grafik tasarım ve yapay zekâ konularına odaklanmaktadır. Bu kapsamda, çalışmada grafik tasarım ve yapay zekanın tanımı yapılmış ve yapay zekanın tarihsel sürecine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Çalışma kapsamında, grafik tasarım alanı ve yapay zekâ teknolojisinin etkileşimine ve kullanımına odaklanılmış ve tasarım endüstrisi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Yapay zekânın grafik tasarım alanı dışında diğer alanlardaki kullanımına ve etkileşimine yer verilmemiştir. Bu sınırlamalar, odaklanılan konulara ilişkin bir inceleme sunarken, yapay zekânın diğer alanlardaki uygulamalarına ve kullanımına ilişkin bilgi sağlamamaktadır. Ayrıca, tez kapsamında yapılan vaka çalışmalarının yalnızca 7 tasarımcı ile gerçekleştirilmiş olması elde edilen verilerin çeşitliliğini sınırlandırmaktadır.

1.3 Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada, öncelikle alanyazındaki kaynaklar incelenerek mevcut bilgilere ulaşılmış ardından yarı yapılandırılmış görüşmeler kapsamında vaka çalışmaları yapılmıştır. Bu vaka çalışmaları, 7 ayrı tasarımcı ile farklı zamanlarda, Google Meet üzerinden ses ve ekran kayıtları alınarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sırasında, tasarımcılar tarafından Dall-e yapay zekâ aracını kullanılarak görsel çıktılar elde edilmiştir. Daha sonra görüşmelerden elde edilen veriler nitel analiz yöntemi ile analiz edilerek kod kitapları çıkartılmış ve çıkartılan kod kitapları kapsamında çalışmanın bulgular kısmı oluşturulmuştur.

1.4 Tezin Kurgusu

Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın amacı, yöntemi ve sınırlılıkları belirtilerek giriş yapılmıştır. İkinci bölümde grafik tasarım ve yapay zekâ başlığı altında grafik tasarımın tanımı yapılmış ve görsel iletişim tasarımcısının vasıfları ile çalışma alanları ne olduğu kısa bir şekilde açıklanmıştır. Daha sonra yapay zekâ başlığı altında yapay zekânın kısa bir tarihçesi ve tanımı yapılmıştır. Ardından, yapay zekânın tasarım endüstrisindeki etkileri ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, grafik tasarım kapsamında yapay zekâ kullanımı ve uygulamaları başlığı altında, üretken rekabetçi ağların (GAN) tanımı ve çalışma prensipleri açıklanmış ardından bu teknolojinin grafik tasarım alanında kullanımı incelenmiştir. Bu bölümde ayrıca grafik tasarım alanındaki yapay zekâ uygulamaları örnekleriyle birlikte incelenmiş ve prompt (yapay zekâ uygulamalarına belirli bir işlemi yerine getirebilmesi için verilen komutlar veya girdilerdir.) yazım tekniği açıklanmıştır. Daha sonra, grafik tasarım alanında yapay zekâ uygulamalarının nasıl kullanıldığı ve bu kapsamda oluşturulan işler üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla, yapay zekâ kullanılarak tasarlanmış üç farklı proje ambalaj, afiş ve dergi kapağı tasarımları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Dördüncü bölümde ise, yarı yapılandırılmış görüşmeler kapsamında grafik tasarım alanında yapay zekâ kullanımını ele alan vaka çalışmaları yapılmıştır. Çalışmanın önce araştırma deseni, daha sonra amacı açıklanarak veri toplama aracı belirtilmiştir. Ardından çalışmanın içeriği ayrıntılı bir şekilde sunulmuş ve bulgular kısmı oluşturulmuştur.

2. GRAFİK TASARIM ve YAPAY ZEKÂ

2.1 Grafik Tasarım / Görsel İletişim Tasarımı

Grafik tasarımı, iletişim ihtiyaçlarına görsel veya grafiksel yöntemlerle çözüm getiren bir tasarım disiplini. Grafik ise, görsel mesajın (içerik + fikir) farklı kanallardan iletişim kurmak adına görsel üretim süreçlerinden geçmiş, sadeleştirilmiş, soyut formlara indirgenmiş ve hatta zamansız sembollere dönüşmüş olmasıdır. Bu nedenle, "görsel iletişim tasarımı" terimi, bu alandaki gelişmeyi ve kapsamını daha iyi yansıtmaktadır (Icograda, 2000). Grafik, öğretilebilir, öğrenilebilir niteliğe sahip bir tasarım dilidir. Bu alanda, hedef kitleyi bilgilendirmek için görsel iletişim dilinin elemanlarını kullanarak mesajı doğru ve etkili bir şekilde aktarmak esastır. Ancak, teknolojinin ve medyanın gelişmesiyle birlikte, "grafik tasarım" terimi, yapılan işi artık tam anlamıyla ifade etmekte yetersiz kalmıştır (Icograda, 2000).

2.1.1 Görsel İletişim Tasarımcısının Vasıfları

Görsel iletişim tasarımcısı, görsel kültür ortamının oluşumuna katkıda bulunan ve kullanıcı topluluğu için anlam üreten bir profesyoneldir (Icograda, 2000). Bu profesyoneller, hedef kitleye mesajı aktarmak için görsel dilin elemanlarını kullanır. Görsel iletişimini gerçekleştireceği mesajın nasıl ve hangi görsel dile aktaracağına karar verirken, fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi unsurları kullanır. Bu unsurların nerede, ne zaman ve nasıl kullanılacağına dair stratejik kararlar alırlar (bkz: Ek 1). Ayrıca, sadece kullanıcıların çıkarlarını yorumlamakla kalmaz, aynı zamanda gelenekçi ya da yenilikçi önerilerde bulunabilirler (Icograda, 2000).

Birden fazla tasarım alanında becerilere sahip olması beklenen görsel iletişim tasarımcıları, farklı disiplinler arasında köprü kurarak daha geniş bir perspektiften bakabilme becerisine sahiptir. Bu beceri tasarımcının çözümlerini daha bütünsel bir şekilde ele almasını ve farklı disiplinlerden gelen bilgileri organize ederek daha etkili çözümler üretmesini sağlar. Yaşam boyu eğitim anlayışıyla sürekli olarak kendini

geliştirmesi beklenen tasarımcı, değişen teknoloji ve trendlere ayak uydurarak sektördeki yenilikleri takip eder ve uygular. Sistemli bir eleştiri pratiği ile problemleri çözer, olasılıkları keşfeder ve fikirlerini nesnel uygulamalara dönüştürürler. Bu süreçte, bilgi, beceri ve problem çözme ilişkisi kritik bir öneme sahiptir (bkz: Ek 1).

2.1.2 Görsel İletişim Tasarımcısının Çalışma Alanları

Görsel iletişim tasarımcısının çalışma alanları oldukça geniştir. Bu alanlar arasında animasyon, ambalaj tasarımı, kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarımı, etkileşimli ortam tasarımı ve sergi tasarımı gibi konular bulunmaktadır (SATEAD). Bu çeşitlilik, tasarımcının hem dijital hem de fiziksel ortamlarda etkili çözümler sunabilmesine olanak tanır.

2.2 Yapay Zekâ

Yapay zekâ, doğada bulunan bilişsel süreçleri taklit ederek, bu becerileri makinelerde nasıl kullanabileceğimizi inceleyen bir bilim dalıdır. Bu bilim makinelerin insan benzeri görevleri öğrenme ve gerçekleştirme becerisini sorgular (Say, 2018).

Yapay zekâ kavramı, 1956 yılında Dartmouth Koleji'nde gerçekleştirilmesi planlanan bir yaz araştırma projesinin resmi başvuru belgesinde John McCarthy önderliğinde Claude Shannon, Ray Solomonoff, Nathaniel Rochester ve Marvin Minsky tarafından ilk kez kullanılmıştır (Say, 2018). Bu proje, makinelerin insan gibi düşünebilme, dil kullanabilme, yeni fikirler üretebilme ve kendini geliştirebilme yeteneklerini incelemiştir (Say, 2018). McCarthy, yapay zekâyı zeki makineleri tasarlama ve inşa etme bilimi olarak tanımlar (McCarthy, 2007). McCarthy, yapay zekâ alanındaki temel çalışmaların başlangıcını, İngiliz matematikçi Alan Turing başta olmak üzere, İkinci Dünya Savaşından sonra bu konuda bağımsız araştırmalar yürüten matematikçilerin başlattığını belirtir (McCarthy, 2007). Bu öncü figürler, günümüzde devrim olarak kabul edilen yapay zekâ disiplininin temelini oluşturmuş ve bu alandaki ilk adımları atmışlardır.

Alan Turing 1950 yılında, "Computing Machinery and Intelligence" adlı makalesini yayımlayarak yapay zekâ biliminin temel taşlarından birini atmıştır. Makalesinde,

"Makineler düşünebilir mi?" sorusunu "Imitation Game" (taklit oyunu) üzerinden incelemiştir. Bu oyunda denek yüzlerini görmediği biri makine diğeri insan iki konuşmacı ile mesajlaşır. Eğer insan hangi katılımcının makine olduğunu belirleyemezse, makine Turing testini geçmiştir (Turing, 1950). Turing'in bu çalışmadaki asıl amacı, zekanın doğasını ve bir makinenin insan benzeri zekâ gösterip göstermediğini sorgulamaktı (Say, 2018). 1930'larda teorik sınırlarıyla tanıştığı ve 1940'larda doğrudan yapımına katkıda bulunduğu elektronik bilgisayarların olanaklarını fark eden Turing, bu çalışmayı toplumu teknolojik bir döneme hazırlamak amacıyla yayınlamıştır (Say, 2018).

Yapay zekâ, geçmişten günümüze kadar gelen teknolojik bir evrimin ürünüdür. Alan Turing'den John McCarthy'ye kadar birçok öncü figür, makinelerin insan benzeri becerilere sahip olup olamayacağını sorgulamış ve bu alanda temel çalışmaları gerçekleştirmiştir. Günümüzde, yapay zekâ teknolojisi, bu öncülerin vizyonlarından ilham alarak birçok alanda devrim yaratmaktadır. Makineler artık sadece basit hesaplamalar yapmakla kalmıyor, aynı zamanda karmaşık problemleri çözme, doğal dilde iletişim kurma ve öğrenme becerilerine de sahip. Turing'in "Makineler düşünebilir mi?" sorusu, modern yapay zekâ uygulamalarıyla giderek daha fazla tartışılmaya başlandı. Yapay zekâ, sadece teknolojik bir araç değil, aynı zamanda toplumun geleceğini şekillendiren büyük bir güç haline gelmiştir.

2.3 Tasarım

Tasarım, tarihsel olarak Latince "designare" kelimesinden türemiştir ve "bir plan çizmek" anlamına gelmektedir (Dictionary). Ancak, bu tanım sadece kâğıt üzerindeki planlamaları kapsar ve modern tasarımın özünü tam olarak yansıtmaz. Çünkü çağdaş tasarımın merkezinde "insanlar" bulunmaktadır. Tasarımcılar, yeni bir şey planlarken insanların ihtiyaçlarını merkez alır. Bu süreç, hedef belirleme ve bu hedeflere ulaşma planları yapma olarak tanımlanabilir ve sonunda elde edilen sonuç, tasarım çözümü olarak nitelendirilir. (Design is All Around You, 2023). Rams (1983) da tasarımın sadece estetik değil, aynı zamanda işlevsellikle de şekillenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Tasarım, insanların yaşamını kolaylaştırmalı, teknolojik ve toplumsal değişikliklere uyum sağlamalıdır. Tasarımcılar, estetik değerlerin yanı sıra toplumsal

ve çevresel etkileri de dikkate almalıdır. Kaliteli bir tasarım, sürdürülebilirlik ve insani değerlere odaklanmalıdır.

2.3.1 Yapay Zekânın Tasarım Endüstrisindeki Etkileri

Tasarım endüstrisi, farklı disiplinleri bir araya getiren geniş ve çok disiplinli bir sektördür. Bu disiplinler arasında görsel iletişim tasarımı, moda tasarımı, endüstriyel tasarım, iç mekân tasarımı, mimarlık, dijital ve etkileşimli tasarım, gibi alanlar bulunmaktadır. Hızla gelişen çeşitli teknolojiler bu alanları büyük oranda etkilemiştir ve bu etki her geçen gün daha da belirgin bir hale gelmektedir.

Bu teknolojilerden biri olan yapay zekâ (AI), birçok endüstride dönüştürücü bir etkiye sahiptir. Tasarım endüstrisinde ise, yapay zekâ hem bir müttefik hem de potansiyel bir tehdit olarak algılanmaktadır (Cass, 2019). AI, inovasyon süreçlerine veri ve algoritmaları entegre ederek tasarım ve inovasyon anlayışımızı derinden etkilemektedir (Vergant, Vendraminelli, & Iansiti, 2020). Bu teknoloji, tasarım süreçlerini daha verimli hale getirme potansiyeline sahipken, insan tasarımcıların yerini tamamen alması yakın gelecekte beklenmemektedir. AI, tasarım süreçlerinde tasarımcıların anlık öğrenme ve uyum sağlama yeteneklerini geliştirir. Bu da, tasarımın sadece estetik veya fonksiyonel bir süreç olmadığını, aynı zamanda karar verme ve problem çözme süreci olduğunu vurgulamaktadır (Vergant, Vendraminelli, & Iansiti, 2020).

Chong ve Yang (2023) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, AI'nın tasarım becerileri ile insan tasarımcıların becerileri arasındaki algılanan farkları incelemiştir. Bu çalışma, genel olarak insanların AI'nın tasarım hedeflerini gerçekleştirme becerisine karşı şüpheci olduklarını ortaya koymuştur. Ancak, bu algının bireyin kendi tasarım ve AI bilgisine ve yaşına bağlı olarak değişebileceğini belirtilmiştir. Buda, AI'nın tasarım süreçlerindeki rolünün, kullanıcıların ve tasarımcıların bu teknolojiye olan inançlarına ve algılarına bağlı olarak şekillenebileceğini göstermektedir.

AI, geleneksel yaratma sürecini değiştirmiştir ve tasarımcıların, tasarım araçlarını rasyonel bir şekilde kullanmalarını gerektirmektedir (Li Y. , 2019). Tasarım endüstrisinde AI, otomasyon ve kolay üretim olanaklarıyla süreçleri hızlandırarak

tasarımcılara rutin işlerle uğraşmak yerine yaratıcı sürece daha etkili odaklanma fırsatı tanımaktadır. Bu, onların daha hızlı ve yenilikçi çözümler üretmelerini sağlayabilir. Gelecekte, tasarım endüstrisinin beklentisi, AI'nın sunduğu avantajları kullanarak daha verimli ve yenilikçi bir yapıya dönüşmek olacaktır. Ancak, bu teknolojik değişikliklerin merkezinde her zaman insanın olduğunu unutmamak gerekir. Teknoloji süreçleri optimize edebilir, ancak tasarımın özü, insan ihtiyaçlarına ve duygularına hitap etmektir. Yapay zekâ, tasarımcılara yardımcı olabilir, ancak onların yaratıcılığını ve empati yeteneğini tamamen taklit edebileceği konusunda kesin bir bulgu yoktur. Gelecekte, AI ve tasarımın birleşimi ile daha inovatif (inovatif, yenilikçi fikirler veya metodlar içeren, mevcut durumları iyileştirmeyi veya yenilik yapmayı tanımlayan bir kelimedir ve bu tez kapsamında bu anlamı ile kullanılmıştır) ve insan odaklı çözümlerin ortaya çıkması beklenmektedir.

3. GRAFİK TASARIM KAPSAMINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI ve UYGULAMALARI

Grafik tasarım alanında dijitalleşme, 1980'lerin başında Apple, IBM ve diğer şirketlerin kişisel bilgisayarları piyasaya çıkarmasıyla birlikte başlamıştır. 1984'te Adobe Systems, PostScript adında bir sayfa tanımlama dilini çıkararak metnin ve vektör grafiklerin yüksek kalitede yazdırılmasını mümkün kılmış ve grafik tasarım ile yayıncılık endüstrilerinde bir devrim yaratmıştır. Ardından, 1980'lerin ortası ve sonlarına doğru peş peşe çıkarılan Adobe Illustrator, Photoshop ve QuarkXPress gibi profesyonel grafik tasarım yazılımları piyasaya sürülmüştür. Bu yazılımların piyasaya sürülmesiyle birlikte tasarımcılar, artık daha yaratıcı, daha etkili ve daha hızlı bir şekilde işler üretmeye başlayarak grafik tasarım endüstrisinde dijital dönüşümü hızlandırmıştır.

1990'ların sonuna doğru internetin yaygınlaşması ve 2000'lerin başlarında, mobil devrim olarak nitelendirilen akıllı telefonların ve tabletlerin piyasaya sürülmesiyle farklı tasarım alanları ve problemleri ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda tasarımcılar, gelişen teknolojiye adapte olarak dijital ortamda interaktif ve dinamik tasarımlar oluşturmak için yeni tasarım araçları ve yöntemleri keşfetmişlerdir. Grafik tasarım alanında teknolojinin gelişmesiyle başlayan bu dijitalleşmenin sürekliliği, yapay zekâ kavramıyla yeni bir boyut kazanarak tasarımcıların yeniden adaptasyonunu gerektiren farklı tasarım araçlarını ve sürecini de ortaya çıkarmıştır.

Aslında yapay zekâ grafik tasarım alanı için yeni bir olgu değildir. Yıllardır bu alanda bir evrim içerisinde olan yapay zekâ başlangıçta görüntü işleme, tipografi ve düzen gibi tekrarlanan görevlerin otomatikleştirilmesini esas alıyordu. Bu çerçevede oluşturulan ilk yapay zekâ uygulamaları işlevsellik ve kapsam bakımından kısıtlı olmasına rağmen, son yıllarda daha gelişmiş yapay zekâ tabanlı yöntem ve araçlarının oluşumuna zemin hazırlamıştır (Mustafa, 2023). Özellikle derin öğrenme ve sinir ağlarının ilerlemesiyle, yapay zekâ artık büyük veri kümelerini benzersiz bir şekilde değerlendirip yorumlayabilir hale gelmiştir. Bu gelişmeler, tasarımcılara

renk seçenekleri ve kompozisyon gibi konularda yardımcı olan yapay zekâ uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Mustafa, 2023).

Tasarım sektöründe hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanılan bu teknoloji beraberinde farklı görüşleri de getirmiştir. Bir grup, yapay zekanın tasarımcılara daha gelişmiş araçlar sunarak tasarım süreçlerini iyileştireceğine inanırken; diğer grup ise, yapay zekanın tasarımcıları saf dışı bırakarak onları işsiz bırakacağını savunmaktadır (Cass, 2019).

Teknoloji analisti olan Girling'e göre, (tarih yok) güncel tasarım ürünleri sosyal yetiler ve yaratıcılık ile birlikte oluşmaktadır. Günümüz tasarımcılarının etkili iletişim ve empatik çözüm bulma yeteneklerine sahip olmaları gerekmektedir. Yapay zekâ, tasarımcı olmayanları sosyal ve yaratıcı zekânın gelişimi konusunda etkileyerek bu alandaki işgücünü dönüştürebilir. Bu nedenle tasarımcıların bu sisteme adapte olarak kendilerini güncel tutmaları ve diğerlerinden farklılaştırmaları gerekmektedir. Özellikle belirli bir uzmanlık alanına yönelmeli ve çeşitli beceriler kazanarak yeni rollere geçiş yapmaları gerektiğini savunmaktadır. Oh ise, (2019) endişelenmesi gereken tasarımcıların bugünün tasarımcıları olduğunu belirtirken; yarının tasarımcılarının yapay zekâyı iyi bir tasarım aracı ve ortağı olarak kullanabileceğini belirtmektedir.

Literatürdeki temel endişe ise, ucuz ve hızlı üretimin getirisi ile müşterilerin grafik tasarımcılarla çalışmaktan kaçınabilecekleri ve yapay zekâ algoritmalarını kullanan hazır bilgisayar yazılımlarına yönelebilecekleri doğrultusunda (Matthews, Shannon, & Roxburgh, 2023). Ferrari ise (2017) bu görüşe karşı, tasarımcıların bir ürüne şekil vermek yerine sistemi yönetip sonuçları değerlendirerek, AI tarafından oluşturulan ürünler ile müşteriler arasında arabulucu roller üstleneceğini savunmaktadır. Bu şekilde üretimi kolaylaştırmak için tasarımcıların becerilerini ve uzmanlığını kullanmaları gerektiğini belirtiyor. Sonuçları en iyi şekilde yorumlayıp geliştirerek müşteri memnuniyetini sağlayabileceklerini, böylece tasarımcılar ürünün etkili ve uygun kalitede olması için daha az sorumluluk alabileceklerini düşünüyor. Stoimenova ve Price ise (2020) İnsan-bilgisayar etkileşiminin (HCI) alanı, geleneksel "insan merkezli" odak noktasının aksine "ortak performansın" yükselen paradigmaları olabileceğini belirtiyor.

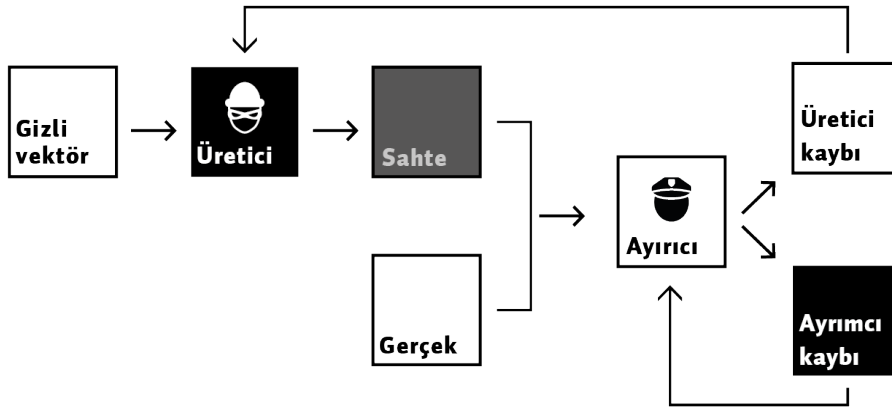
3.1 Üretken Rekabetçi Ağlar'ın (GAN) Tanımı ve Çalışma Prensibi

Grafik tasarım, görsel iletişimi ve problem çözme tekniklerini birleştiren bir alandır. Bu alanda kullanılan araçlar ve teknikler, gelişen teknoloji ile birlikte sürekli olarak yenilenmektedir. En yeni teknolojilerden biri, Üretken Çekişmeli Ağlar (GAN)'dır. GAN'lar sıfırdan veri üretmeyi amaçlar, çoğunlukla görüntü üretirler ancak müzik gibi diğer alanlarda da çalışabilirler (Hui, 2018)

GAN teknolojisi ilk olarak Ian J. Goodfellow ve ekibi tarafından 2014'te "Generative Adversarial Networks" adlı bir makalede tanıtılmıştır. Bu teknoloji temel olarak iki sinir ağından oluşur. Bir "üreteç" (generatör) sinir ağı ve bir "ayırıcı" (diskriminatör) sinir ağı bu teknolojinin temel bileşenleridir. Rekabetçi öğrenme bu iki bileşen arasında gerçekleşir (Goodfellow, ve diğerleri, 2014). "Real" olarak adlandırılan gerçek veriler, modelin eğitiminde kullanılırken, "Z" (Latent Vector ya da Gizli Vektör) ise sahte veri üretmek için kullanılan bir değişkendir. Üretici bu gizli vektörü işleyerek sahte veriler oluşturur. Gerçek veriler, bu sahte verilerle birlikte ayırmacıya sunulur. Ayırmacı, sahte ve gerçek verileri birbirinden ayırt etmekle sorumludur. Bu süreçte, üretici ve ayırmacı, "D Loss" (ayırmacı kaybı) ve "G Loss" (üretici kaybı) kayıp fonksiyonlarını en aza indirmeye çalışır. Bu rekabetçi yöntem, üretici ve ayırmacının yeteneklerini geliştirir. Nihai hedef, üreticinin o kadar iyi sahte veriler üretebilmesidir ki, ayırmacı artık gerçek ve sahte veriler arasında gerçek veriyi ayırt edemez hale gelmektedir (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).

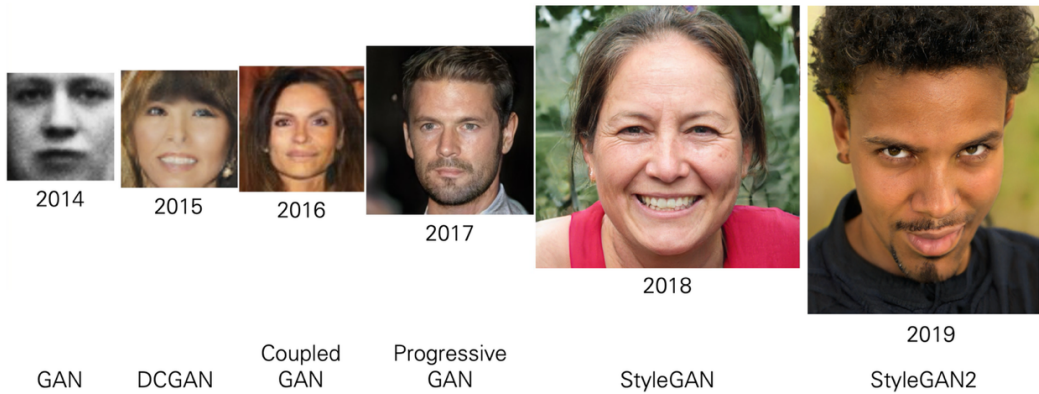
Goodfellow, bir üretici ağı karşılık gelen bir dolandırıcı ile ayırt edici ağı karşılık gelen bir polis memuru arasındaki ilişkiyi GAN olarak tanımlamaktadır. Polis, sahte para üreten suçluları yakalamak için sürekli olarak yeni yöntemler ve teknolojiler geliştirir. Bununla birlikte, sahte para üreten suçlular, polisleri engellemek için kendi teknolojilerini geliştirirler. Sahte para üretme teknolojisi ilerledikçe, polisler artık sahte parayı gerçek paradan ayıramazlar. Sonuç olarak sahte para üreticileri teknolojilerini o kadar geliştirir ki polis bu paraların gerçekliğini tespit edemez hale gelir. Bu yöntemin en büyük avantajı, istenilen veriyi elde etmek için ayırmacıya veya jeneratöre herhangi bir sayı veya formül vermemiz gerekmemesinden oluşur. Teorik olarak, gerçeğe yakın verilerin elde edilmesi, üç temel bileşene bağlıdır: modelin eğitildiği gerçek verilere benzerlik, model bileşenleri arasındaki rekabetçi dinamikler

ve doğru veya yanlış sonuçlar. Bu unsurların kombinasyonu, modelin gerçekçi veri üretebilmesini sağlar (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).



Şekil 3.1 Üretken Rekabet Ağı (GAN)

GAN teknolojisi, hızla gelişen ve dinamik bir sektördür. Bu teknoloji, yazın çekilmiş bir fotoğrafı kışa çevirebilir veya gece çekilmiş bir fotoğrafı gündüz gibi gösterebilir. Ayrıca çeşitli sahneler ve insanlar için gerçekçi görseller oluşturma yeteneğine sahiptir (Brownlee, 2019) GAN teknolojisinin altı yıllık gelişimine baktığımızda, Şekil 3.2'de görüldüğü gibi, bu modelin gelişmiş türevlerinin yarattığı sentetik görünümün kalitesi son derece şaşırtıcı bir şekilde artmıştır (Erdem & Erdem, 2020).



Şekil 3.2 GAN teknolojisi kullanılarak oluşturulan yüz imgelerinin yıllar içindeki gelişimi. Sırasıyla soldan sağa GAN [2], DCGAN [3], Coupled GAN [4], Progressive GAN [5], StyleGAN [6], StyleGAN2 [1] (Aykut Erdem ve Erkut Erdem makalesinden uyarlanmıştır)

Grafik tasarımında görüntüler önemli tasarım elemanlarından biridir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte görüntü oluşturmak için üretilen yapay zekâ modellerinin sunduğu ileri düzeyde uygulama potansiyelinden önemli ölçüde yararlanılmaktadır. Bu teknolojiler, görüntü oluşturma, düzenleme, dönüştürme, interaktif üretim ve yüksek çözünürlük gibi çok çeşitli alanlar için gelişmiş çözümler sunarak, tasarım süreçlerini önemli ölçüde kolaylaştırabilirler (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).

3.1.2 GAN Teknolojisinin Grafik Tasarım Alanında Kullanımı

Grafik tasarım alanında genellikle kontrol edilemeyen, koşullu ve yarı kontrollü oluşturma (GAN) modelleri kullanılmaktadır. Kontrol edilemeyen modeller hızlı konsept geliştirme ve prototipleme için kullanılırken, daha ayrıntılı işler için koşullu modeller kullanılabilir. Yarı-kontrollü modeller tasarımcılara daha fazla seçenek sunmaktadır (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).

Bu modeller, görsel verileri üretmek ve işlemek için çok çeşitli şekillerde kullanılabilir. Bu uygulama alanları arasında temel görsel işlemler olan fotoğraf düzenleme, görselden görsele çeviri ve metinden resme çeviri yer almaktadır. 3D nesne modelleme, illüstratif karakterler oluşturma ve süper çözünürlük gibi daha karmaşık ve yaratıcı görevlerde de GAN'lar etkin bir şekilde kullanılır. Bu teknoloji yüz yaşlandırma, fotoğraf harmanlama ve gerçekçi fotoğraflar oluşturma gibi özel görsel manipülasyonlar yapabilir. Anlamsal resimden fotoğrafa çevirme, insan yüzlerinin fotoğraflarını oluşturma, yeni insan pozları tasarlama gibi uygulamalarda GAN teknolojisinin gelişimini göstermektedir. Ayrıca, metinden vektör görsel oluşturma gibi karmaşık görsel-sembolik görevleri de gerçekleştirebilirler.

3.1.2.1 Kontrol Edilemeyen İmge Oluşturma

Bu model GAN'lar, büyük miktarda veri üzerinde eğitilmiş modeller ve tek bir veri seti üzerinde eğitilmiş modeller olarak iki gruba ayrılabilir. Bu GAN'lar, genellikle konsept oluşturma ve yaratıcı çalışmalarda kullanılır. Örneğin, bir tasarımcı tarafından fikir veya spesifik bir konu için bir tasarım dosyası talep edildiğinde hızlı bir şekilde istemler doğrultusunda çok sayıda farklı görsel üretebilirler (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022). Self-Attention GAN, BiGAN, BigGAN, PROGAN, InGAN ve SinGAN gibi

GAN'lar kontrol edilemeyen imge oluşturma GAN'larına dahildir. Bu GAN'lar basit görsel tasarım projelerinde bir çizimi gerçekçi bir görüntüye dönüştürebilir veya yüksek kaliteli yüz portreleri oluşturmak için kullanılabilirler. Birden fazla görüntü türünü değiştirebilir ve düşük çözünürlüklü görüntüleri, yüksek kalitede bir görüntüye çevirebilirler (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022)

Hızlı ve etkili görsel üretim için genellikle bu GAN modelleri tercih edilir, fakat daha fazla detay ve karmaşıklık gerektiren durumlar için daha gelişmiş GAN modelleri kullanılmaktadır.

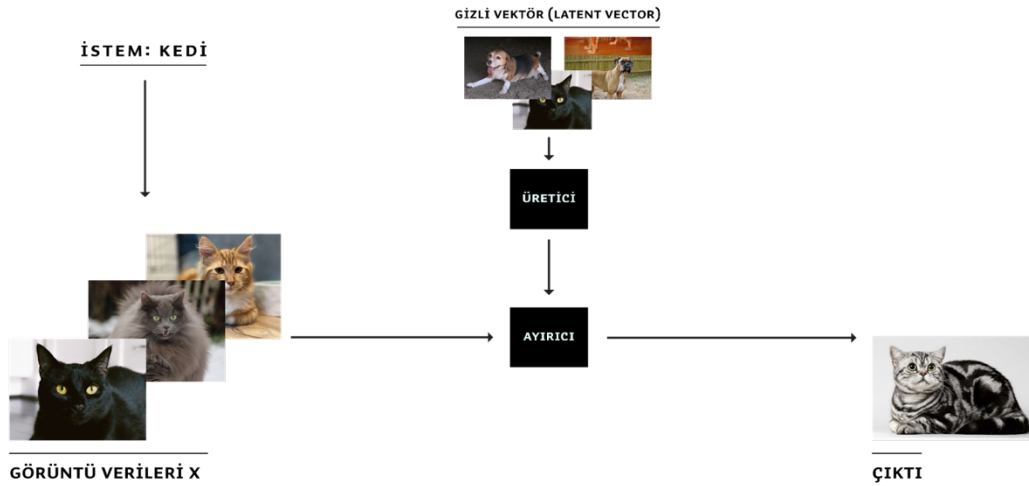


Şekil 3.3'te BigGAN kullanılarak aynı tür balık fotoğrafları üzerinde eğitilen yapay zekâ uygulamasının rastgele benzer balık fotoğraflarını nasıl oluşturduğu gösterilmiştir.

3.1.2.2 Koşullu Oluşturma (CGAN)

Koşullu GAN (CGAN), görüntü oluşturma sürecini koşullar aracılığıyla yöneten bir model türüdür. Bu model, görüntü verisi yanında koşullu bilgileri veya etiketleri de içerir. Bu model, görüntü üretiminin kontrolünü önemli ölçüde geliştirmiştir. CGAN'ın temel yapısı, metin, düzenleme, çizim ve anlam haritası gibi kontrol araçlarının oluşturulmasını mümkün kılmıştır. Kullanıcı tarafından gönderilen metni analiz eden ve koşullu bilgi olarak kullanan bir CGAN modeli, doğal dil girdilerini kabul eder. Bu, metinde belirtilen koşullara veya özelliklere uygun görüntüler oluşturmak için kullanılabilir. Metin tabanlı görüntü oluşturma, görsel düzenleme ve semantik anlamlandırma gibi konularda bu yaklaşım oldukça faydalıdır. Örneğin, bir

CGAN modeli, "kedi" veya "kuş" etiketleriyle eğitilebilir ve bu etiketlere uygun imaj üretebilir. Buda, tasarımcılar için kontrol edilebilir ve esnek seçenekler oluşturur (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).



Şekil 3.4 Koşullu GAN

CGAN modelleri, grafik tasarım alanında çok çeşitli uygulama alanları sunar. Örneğin, bir çizimi gerçekçi bir resim haline getirebilir veya çeşitli fotoğraf türleri arasında geçiş yapabilir, bir görüntüye belirli bir sanat eserinin stilini uygulayarak yeniden bir görüntü oluşturabilirler. Ek olarak, aynı anda birden fazla etiket veya koşulu dikkate alarak karmaşık görevleri yerine getirebilirler. Daha karmaşık koşulları yerine getirebilmeleri için ek bir sınıflandırıcı kullanabilirler. Konsept oluşturma, görselleştirme, metinden görsel üretme, gibi karmaşık görselleri birkaç aşamada üretebilmektedirler (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022)



Şekil 3.5 Pixel2style2pixel

3.1.2.3 Yarı-Kontrollü Oluşturma ve Stil Karışımı

Yarı kontrollü üretken modeller, koşullu üretim modeline kıyasla daha iyi kontrol sağlayan yarı kontrollü üretken bir modeldir. Stil karıştırma ve bir fotoğraftaki piksel değerlerini kullanarak yeni piksel değerleri oluşturmak bu model türündeki tekniklerden bazılarıdır. Bu model, tasarımcıların belirli stiller veya özellikler arasında geçiş yapmasına izin verir. Örneğin, farklı stil konseptleri bir marka için hızlı bir şekilde oluşturularak denenebilir (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022). Bu GAN modelleri, yüksek çözünürlüklü resimler oluşturabilir, sanatsal stil aktarımları gerçekleştirebilir, metni resimlere dönüştürebilir ve çeşitli logo veya marka kimliği tasarımlarını hızlı bir şekilde oluşturabilir (Cui, Kim, Choi, & Lee, 2022).



Şekil 3. 6 StyleGAN2

3.2 Prompt Oluşturma

Görsel sanatlar ve grafik tasarım alanları, yapay zekanın gelişimiyle beraber yeniden bir evrimleşme sürecine girmiştir. Özellikle derin öğrenme modelleri, sanatçılara ve tasarımcılara kelime hazinelerini görsel dünyaya aktarabilmeleri için yeni ve heyecan verici fırsatlar sunmaya başlamıştır (Diab, Herrera, Sleep, Chernow, & Mao, 2022). Derin öğrenme modellerinin sunduğu bu yenilik, tasarımcılara görsel ifade biçimlerinin çeşitliliğini genişletmekle kalmamakta, aynı zamanda zor ve karmaşık görsel problemleri çözmenin yeni yollarını da sunulabilmektedir. Örneğin, bir derin öğrenme modeli, bir tasarımcının oluşturduğu görseli otomatik olarak optimize edebilir veya bir sanatçıya yeni stil önerileri üretebilir. Bu bölümde, Grafik tasarım alanında kullanılan bazı yapay zekâ uygulamaları ve prompt (istem) kavramı ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

"Prompt" terimi, Türkçede "istem" anlamına gelir ve bir yapay zekâ modeline belirli bir komut veya direktifi tanımlamaktadır. Promptlar, grafik tasarım alanı kapsamında bakıldığında kullanıcıların yapay zekâ uygulamalarından elde etmek istedikleri görüntülerin metinsel karşılığı olarak düşünülebilir. Bir AI modeline verilen prompt, amaç doğrultusunda açık ve anlaşılır bir yapıda olmalıdır.

3.2.1 Genel Prompt Yapısı

Hedeflenen görsel sonuçların doğruluğu, promptların oluşturulma sürecinde belirlenen doğru tanımların ve parametrelerin oluşturulmasına bağlıdır. Bu nedenle, istenen görsel sonuçlara en yakın çıktıyı elde etmek için doğru bir yapılandırma stratejisi oluşturmak çok önemlidir. Şekil 3.7'de, genel prompt yapısı gösterilmektedir.

[Ana konu, Konu detayları, Arka plan, Sanat/Görsel tarzı, Aydınlatma, Renkler, Parametreler --ar, --v, --c, --s]

Şekil 3.7 Genel prompt yapısı

İstenilen sonuca yakın görseller elde edilebilmesi için promptlar çeşitli şekillerde tasarlanabilir. Basit komutlar, nesne ve stil odaklı komutlar, zıt nesneleri içeren komutlar, stil yığılmaları, zincirleme komutlar ve detaylı komutlar bu tasarım yaklaşımları arasında yer alır. Ayrıca etkili bir prompt oluşturmak için bir dizi parametre dikkate alınmalıdır. Promptun işlevselliği, kullanıcı deneyimi ve genel etkinliği bu parametreler tarafından doğrudan etkilenmektedir. Bu parametreler kullanılan AI uygulamasına göre değişiklik göstermektedir. Midjourney gibi bir yapay zekâ uygulamasında prompt oluşturulurken en-boy oranı, kaos değeri veya stilizasyon değeri gibi parametreleri yazılan promptun sonuna eklenmesi istenilen sonuca yakın bir çıktı oluşturulmasında etkilidir. Örnek olarak, *Main character, female, Single Line Drawing, Geometric shapes, Minimalistic, vector graphic, extreme perspective, in the Art styles of Yoji Shinkawa, Michelangelo, Michael DeForge --ar 9:13 --s 50*. Bu promptun sonuna eklenen --ar 9:13 (Aspect Ratio) parametresi oluşturulmak istenen görselin en-boy oranını belirlerken --s 50 veya --stylize ise oluşturulan görselin stilizasyon değerini tanımlar. Promptlar, uygulamanın desteklediği dilde oluşturulmalıdır. Şu an için, yapay zekâ uygulamaları genellikle İngilizce dilinde oluşturulan komutları daha iyi algılamakta ve daha iyi sonuçlar üretmektedir. Ancak,

bu alandaki gelişmelerin hızla devam etmesi gelecekte çok dilli promptlar ile görsel oluşturulmasını mümkün kılması beklenmektedir.

3.2.2 Yaygın Kullanılan Prompt Çeşitleri

Basit promptlar, tek veya iki kelimeyle basit bir duygu veya nesne komutu yazarak oluşturulan görsellerdir. Örnek prompt: *cat* (Şekil 3.8)

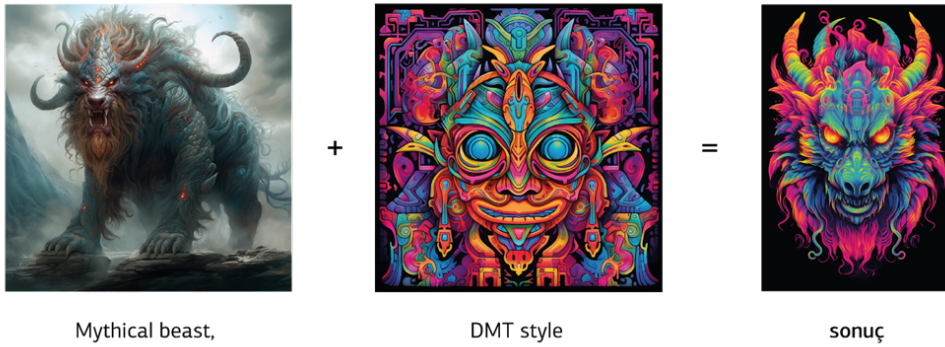


Şekil 3. 8 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan kedi görseli

Nesne ve stil promptları, bir nesne (örneğin, mitolojik bir yaratık) ve bir stil (örneğin, DMT tarzı) kombinasyonunun oluşturulması ile yazılan promptlardır. Örnek prompt: *Mythical beast, DMT style* (Şekil 3.9)

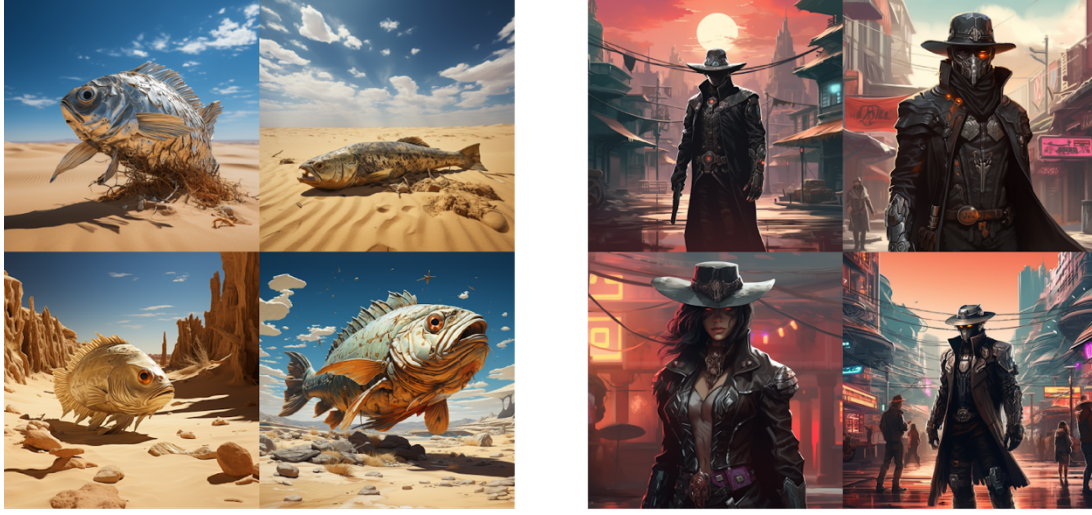
Nesne ve Stil

Prompt: *Mythical beast, DMT style*



Şekil 3.9 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile görsel oluşturma aşamasında kullanılan stiller ve örnek görsel

Zıt nesne promptları, tamamen farklı iki nesnenin kombinasyonu ile oluşturulan promptlardır. Örnek prompt: *Fish in the desert* (sol) veya *cyberpunk, western* (sağ) (Şekil 3.10)



Şekil 3.10 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller

Stil yığıma promptları, basit bir prompt üzerine birden fazla stil ekleyerek oluşturulan promptlardır. Örnek prompt: *Pikachu as the Terminator in DMT style with 3D render* (Şekil 3.11)



Şekil 3.11 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller

Zincirleme promptlar, bir görsel oluşturduktan sonra bu görselin linki ile yeni bir prompt oluşturularak farklı görsellerin yaratılmasına olanak tanır. İlk oluşturulan

görsel, yeni prompt için bir temel oluşturur ve bu sayede daha karmaşık veya özelleştirilmiş görseller elde edilebilir. Örneğin, ilk promptta "*Skull and crossbones*" ile bir görsel oluşturulduktan sonra, ikinci promptta bu görselin linki ve "*cyborg in the desert*" ifadesi kullanılarak yeni bir görsel oluşturulur. Bu yöntem, daha karmaşık görseller oluşturmaya olanak tanır. (Şekil 3.12)



Şekil 3.12 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller

1. Prompt (Sol görsel): *Skull and crossbones*, 2. Prompt (Sağ görsel): 1. Görselin linki, *cyborg in the desert*

Detaylı promptlar, görselin tüm detaylarını belirleyerek oluşturulan promptlardır. Örnek prompt: Samurai warrior, red armor, battle-damaged, on a beach at sunset, 3D render, Unreal Engine style, cinematic lighting, golden hour, warm tones (red, orange, yellow), --ar 16:9 --c 50 --s 300 --v 5.2 (Şekil 3.13)



Şekil 3.13 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan örnek görseller

3.3 Midjourney

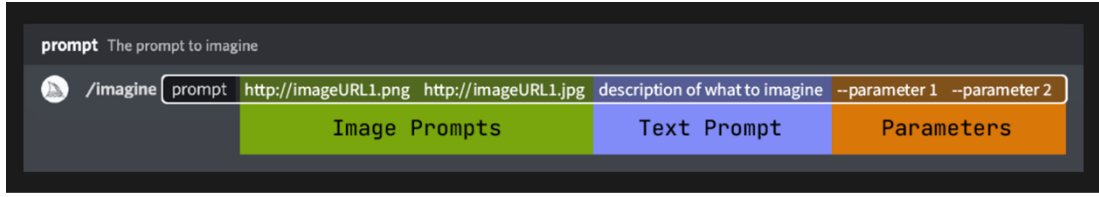
12 Temmuz 2022'de kullanıcılara tanıtılan Midjourney, yazılı talimatlar aracılığıyla görsel üreten bir yapay zekâ platformudur. Kurucuları, Midjourney'i “yeni düşünce ortamlarını keşfeden ve insan türünün yaratıcı yeteneklerini genişleten bağımsız bir araştırma laboratuvarı” olarak tanımlamaktadırlar (Midjourney).

Midjourney tasarım süreçlerini dönüştürebilecek potansiyele sahip bir tasarım aracı olarak düşünülebilir. Midjourney aracılığıyla yapılan tasarımlar, hızlı projelerin başlangıcında önemli bir unsur olarak hizmet edebilir ve karmaşık projeler için referans materyali sağlama kapasitesiyle de tasarımcılar için oldukça kullanışlı bir araç haline gelebilir. Fakat, Midjourney'nin sunduğu olanaklar şu an için tek başına yeterli değildir. Bir tasarımın nihai ve tatmin edici bir sonuca ulaşabilmesi için tasarım sürecinin bir tasarımcı tarafından yönetilmesi gerekmektedir.

Midjourney, kullanıcı istekleri doğrultusunda görselleri birleştirmek için milyonlarca internet görselinden faydalanarak çıktılar verir. Kullanıcıların Midjourneyden bir görsel elde edebilmeleri için bir “Prompt” oluşturması gereklidir. Prompt basit bir yapıdan karmaşık bir referans resmine kadar herhangi bir talep olabilir. Midjourney yazılan prompt doğrultusunda görüntüyü oluşturmak için GAN'larını çalıştırır. Bir GAN, bir görüntü oluşturmak için eğitilirken, diğer GAN gerçek ve sahte görüntüleri ayırt etmek için çalışır. İki GAN birbirleriyle yarışır ve zamanla gerçekçi görüntüler üreten GAN giderek daha iyi hale gelmeye başlar. Böylece yazılan prompt doğrultusunda istenilen sonuca yakın görseller elde edilebilmektedir (Venturer, 2023).

3.3.1 Midjourney’de Prompt Yazma ve Görsel Oluşturma

Midjourney platformunda oluşturulan promptların genel yapısı Şekil 3.14'de gösterilmektedir. Bu platformda oluşturulan promptlar, kullanıcı talepleri doğrultusunda içeriği zenginleştirmek için herhangi bir görsel linki ile daha ayrıntılı bir şekilde oluşturulabilir. Ayrıca, oluşturulan promptun sonuna eklenen parametreler, istenilen sonucun kalitesini doğrudan etkileyen oldukça önemli faktörlerdir.



Şekil 3. 14 MidJourney yapay zekâ uygulamasında prompt oluşturma yapısı

3.3.1.1 Görüntü Promptu (Image Prompts)

Görüntü promptu, oluşturulan çıktının kompozisyonunu, stilini ve renklerini etkilemek için yazılan promptun başına .png, .gif veya .jpg gibi uzantılarla biten doğrudan bir resim bağlantısının URL'si ekleyerek oluşturulur. Ayrıca, bu prompt çeşidinde "Görüntü Ağırlığı" parametresi (--iw), kullanılmalıdır. Bu parametre bir istem oluştururken görsel ve yazılı bölümlerin ne kadar etkili olacağını belirler. Midjourneyde (Şekil 3.15) bu kapsamda oluşturulan prompt örneği görselleriyle birlikte sunulmuştur. (Midjourney, tarih yok)



Şekil 3.15 MidJourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan görüntü prompt örneği

3.3.1.2 Çoklu Promtlar (Multi Prompts)

Bir prompt'ta birden fazla kavramın ayrı ayrı değerlendirilip tek bir görsel halinde oluşturulabilmesi için "çift iki nokta üst üste" (::) ayırıcısı kullanılır. Çoklu istem yaklaşımı, farklı kavramlara göreceli bir önem atayarak bu kavramların nasıl birleştirileceğini daha iyi bir şekilde kontrol etmeyi sağlar. Örneğin, "güneş::deniz" şeklinde bir istem oluşturulduğunda, "güneş" ve "deniz" kelimelerinin her biri farklı bir şekilde değerlendirilir ve sonunda bir araya getirilir. Ayrıca, :: ögesinin hemen

ardından sayısal değerler eklenerek bu kelimelere göreli bir önem verilebilir. Bu sayede, promptun farklı bölümlerinin sonuçtaki etkisi daha detaylı bir şekilde kontrol edilebilir hale gelmektedir (Midjourney).



Şekil 3. 16 Midjourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan çoklu prompt örneği

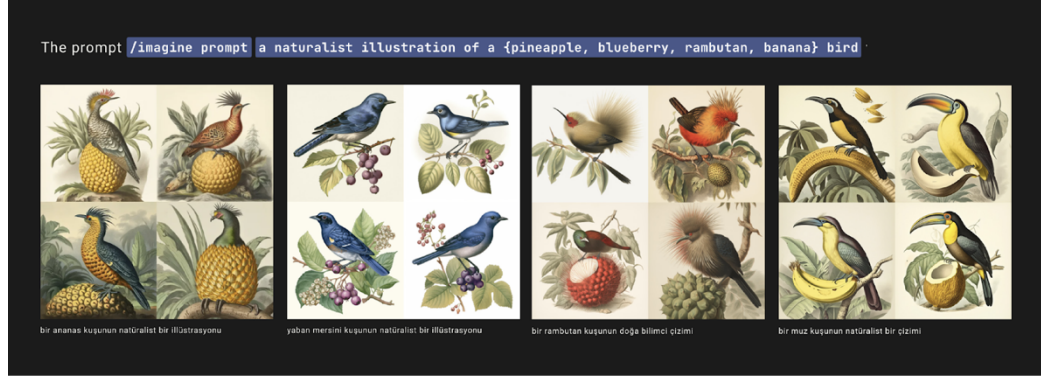


Şekil 3.17 MidJourney yapay zekâ uygulaması ile oluşturulan çoklu prompt örneği

3.3.1.3 Permütasyonlar

Permütasyon istemleri, "/imagine" komutu ile birlikte kullanılarak, bir istemin çeşitli varyasyonlarını kolayca oluşturulmasına olanak tanır. Süslü parantezler "{}" içerisine virgül ile ayırarak farklı seçenekler ekleyebilir ve bu sayede promptun farklı kombinasyonları oluşturulabilir. Bu yöntem, belirli bir temada ya da konseptte birden

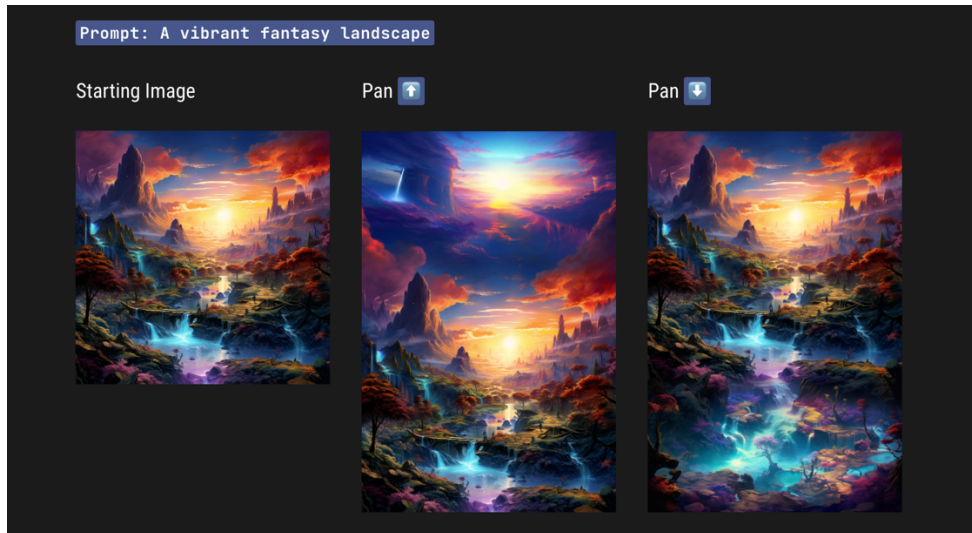
fazla varyasyon oluşturmak için kullanılır. Örneğin, /imagine prompt a {red, green, yellow} bird olarak oluşturulan promptun çıktısı kırmızı, yeşil ve sarı bir kuş olarak üç farklı çeşitte oluşturulur (Midjourney).



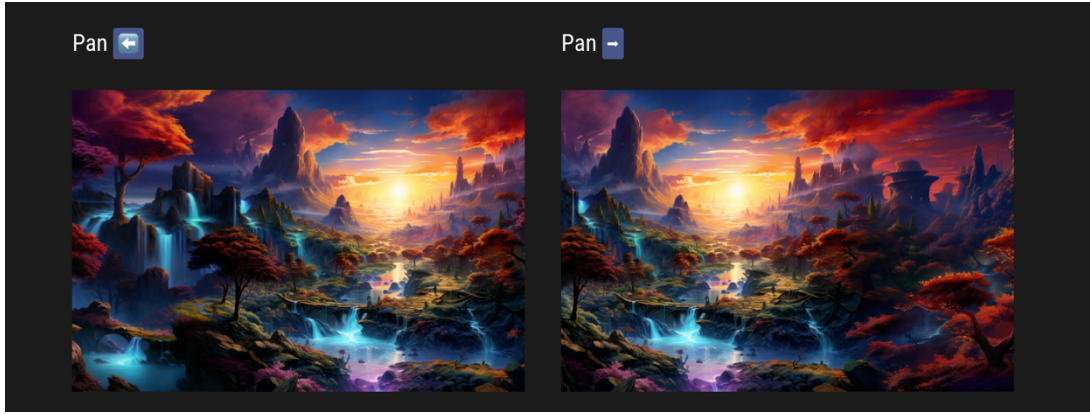
Şekil 3.18 Midjourney yapay zekâ uygulaması, prompt içeriğinde permütasyon kullanımı

3.3.1.4 Pan

Kaydırma işlemi, orijinal görüntü verisinin bütünlüğünü koruyarak, bir görüntü matrisini belirli bir yönde genişletilmesini sağlamaktadır. Kullanıcı istekleri ile ilk görüntüden alınan parametreler, genişletilmiş bu yeni matrisi doldurmak için kullanılarak görsel oluşturulur (Midjourney, tarih yok).



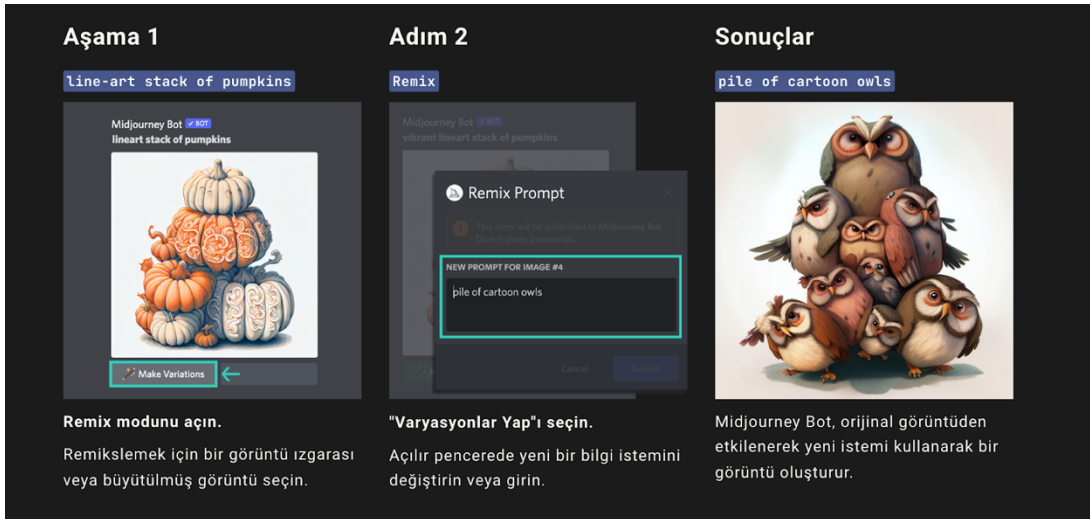
Şekil 3.19 MidJourney yapay zekâ uygulamasında, pan kullanımı (yukarı, aşağı)



Şekil 3.20 MidJourney yapay zekâ uygulamasında, pan kullanımı (sağ, sol)

3.3.1.5 Remiks Modu

Remiks modunu kullanarak mevcut bir görüntü değiştirilip yeni bir görüntü oluşturulabilir. Bu mod, istemler, parametreler, model versiyonları veya en-boy oranlarında değişiklik yapılmasına izin verirken ilk görselin temel yapısını koruyarak yeni bir görsel oluşturulmasını sağlar. Remix Modu, görselin atmosferini, ışık koşullarını, temasını daha da zenginleştirilmesini veya karmaşık görsel yapıları düzenleyerek tekrar oluşturur (Midjourney).



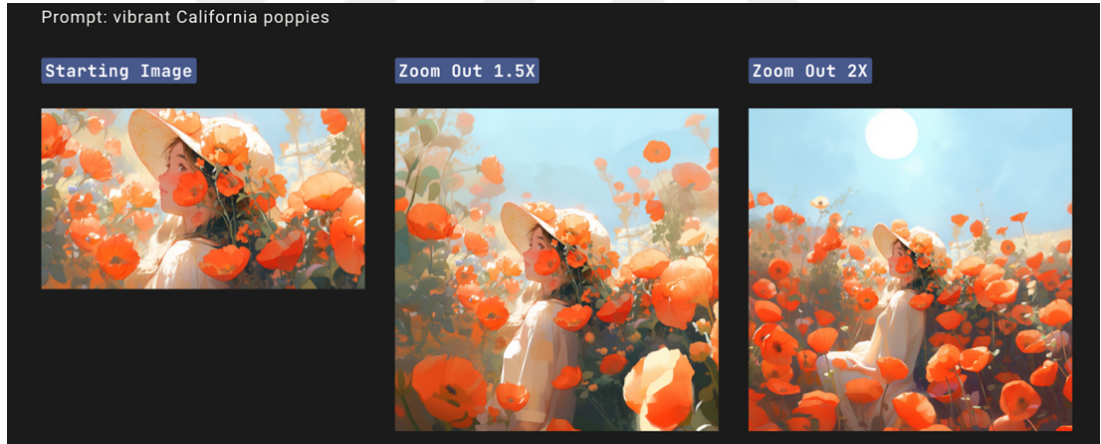
Şekil 3.21 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, remix mod kullanımı ile görsel oluşturma



Şekil 3.22 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, remix mod kullanımı ile görsel oluşturma

3.3.1.6 Uzaklaştır (Zoom Out)

Bu özellik, orijinal görüntünün içeriğini değiştirmeden, uzaklaştır seçeneği ile büyütülmüş bir görüntünün tuvalini orijinal sınırlarının dışını, promttan ve orijinal görüntüden aldığı bilgiler ile genişletir (Midjourney).

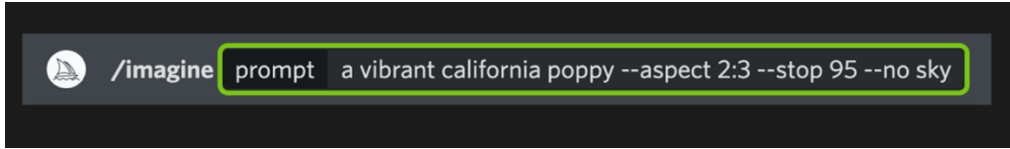


Şekil 3.23 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, zoom out kullanımı ile görsel genişletme

3.3.1.7 Parametreler

Görsel oluşturma sürecinin detaylı bir şekilde kontrol edilebilmesi için Midjourney bir dizi parametre kullanır. Bu parametreler oluşturulan promptun sonuna eklenerek elde edilmek istenen çıktının verimliliğini doğrudan etkiler. Örneğin, `--aspect /--ar` ile görselin en-boy oranı istenilen boyutta ayarlanabilir veya `--chaos` parametresi ile sonuçların ne kadar farklı olabileceği değiştirilebilir. `--fast` ve `--relax` modları işlemleri hızlandırabilir veya yavaşlatabilir, `--iw` (Image weight) ve `--quality` ise görsel ve metin arasındaki ağırlığı ve render kalitesini belirlemektedir. Negatif istemleme için `--no`,

birden fazla iş oluşturmak için *--repeat*, rastgele sayı belirlemek için *--seed* ve işin yarıda durdurulması için *--stop* parametreleri kullanılır. Ek olarak, *--style* ve *--stylize* aracılığıyla estetik stil ve model versiyonu seçilebilir. *--tile* tekrar eden desenler, *--turbo* hızlı işlemler, *--weird* deneysel estetikler için kullanılır. *--niji* anime tarzı görseller, *--version* ise farklı algoritma versiyonları arasında geçiş yapmayı sağlamaktadır. Bu parametreler, görsel oluşturma sürecini geliştirerek kullanıcılara daha kişiselleştirilmiş, çeşitli estetik ve kompozisyon seçenekleri oluşturabilirler. Böylece kullanıcıların ihtiyaç ve tercihlerine uygun görseller oluşturmak mümkün olmaktadır. Şekil 3.24’de oluşturulmuş örnek promptta, yapısal olarak parametrelerin nasıl kullanıldığı gösterilmiştir (Midjourney).



Şekil 3.24 Midjourney yapay zekâ uygulamasında, parametre kullanımı ile prompt oluşturma

3.3.2 Midjourney Platformunda Oluşturulmuş Örnekler

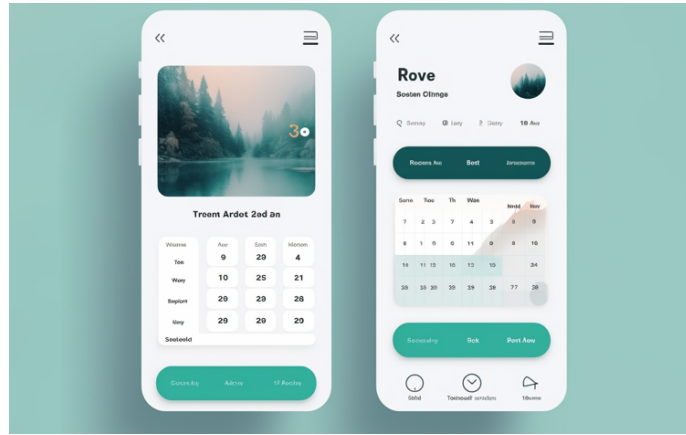
Midjourney, illüstrasyon ve fotorealistik görsel oluşturma konularında oldukça başarılı sonuçlar vermektedir. Ancak, şu an için tipografi temelli tasarım elementlerini, özellikle logo oluşturma ve kişiselleştirilmiş tasarım projelerini oluştururken, aynı derecede başarılı sonuçlar üretememektedir. Yine de Midjourney’de oluşturulan projelerin, tipografi ve kişiselleştirilmiş tasarım gibi alanlarda potansiyel bir başlangıç noktası oluşturabileceği ve tasarım sürecine katkıda bulunabilecek önemli referanslar sağlayabileceği göz ardı edilmemelidir.

Şekil 3.25’de "Nesli Anlamaya ve Nesle Ayak Uydurmaya Çalışan Yaşlı Hintli Bir Kadın" adlı bu fotoğraf, Midjourney AI uygulamasıyla tasarlanmıştır. Fotoğrafın teknik ve estetik açıdan oldukça başarılı olduğunu gösteren figürlerin yüksek gerçekçiliği, renklerin dengeli uyumuna ve genel kompozisyona bakıldığında Midjourney’nin oldukça başarılı bir sonuç verdiği gözlemlenmektedir. Midjourney’nin bu başarısı, fotoğraf için tasarlanan promptun kapsamlı ve ayrıntılı bir şekilde yazılmış olması ile doğrudan ilişkilidir.



Şekil 3.25 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş görseller

"Nesli Anlamaya ve Nesle Ayak Uydurmaya Çalışan Yaşlı Hintli Bir Kadın" oluşturulan görsel için yazılan prompt; /image: Picture an elderly Indian woman, her gray hair contrasting with her vibrant green saree, as she tries to navigate her way around a smartphone. A young child in a red t-shirt and blue shorts is trying to explain the device to her. The setting is a rural Indian campus, surrounded by mango, palm, and coconut trees and blooming flowers. The image should capture the contrast between the traditional and the modern, the old and the new. Use a high-resolution 16k camera with a 16:9 aspect ratio, a raw style, and a quality setting of 2. –ar 16:9 –v 5.1 –style raw



Şekil 3.26 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş UI (kullanıcı arayüz) tasarım örneği

Kullanıcı arayüz tasarımı (Şekil 3.26) için yazılan prompt; UI/ UX interface design, beautiful schedule page, app page, schedule page, course learning page, enhance dribbble, high - definition, minimalist style, Tiffany blue tone page - - q 2 - -style size 1000 - - v4 - - ar 9: 16



Şekil 3.27 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş görsel

Van Gogh sanat tarzı ile oluşturulmuş görsel (Şekil 3.27) için yazılan prompt; /image prompt: Embark on a journey to reimagine Vincent van Gogh’s timeless masterpiece, “Starry Night,” in a stunning photorealistic style that pays homage to his genius. Infused with a modern twist, this interpretation captures the essence of van Gogh’s iconic brushwork while embracing the medium of watercolor. The colors blend harmoniously, reminiscent of his vibrant palette, as they dance across the canvas with fluidity and grace. The meticulous attention to detail evokes the intricate textures and dynamic energy of the original artwork, transporting viewers into a world of Post-Impressionist beauty. Prepare to be enchanted by this mesmerizing fusion of the past and present, as the spirit of Vincent van Gogh’s artistic vision is reimaged in a captivating watercolor composition that celebrates his enduring legacy. –v 5.2 –stylize 1000 –ar 16:9



Şekil 3.28 MidJourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş logo

Logo tasarımı (Şekil 1.28) için yazılan prompt; /image prompt: a lettermark of letter A, logo, serif font, vector, simple --no realistic details --ar 1:1 --c 5 --v 5.2 --s 250



Şekil 3.29 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarımı

Ambalaj tasarımı (Şekil 3.29) için yazılan prompt; /image prompt: #177533 A set of minimalistic, vibrant juice package designs for a natural, organic, and healthy juice brand. The packaging features a stylized, colorful illustration of the main ingredient (tomato, carrot, vegetable, grape) with bold, sans - serif typography. The flat design showcases the freshness and purity of the juices, while the 3D design adds depth and visual interest. The aspect ratio is 3: 4, with a high - quality output of 3, and a stylize of 200.



Şekil 3.30 Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan illüstrasyon

Midjourney platformunda oluşturulan illüstrasyon (Şekil 3.30) için yazılan prompt; /image prompt: 1949, sitting on a porch on a Summer night(Oldies playing in another room, crickets) , in the style of Norman Rockwell --ar 16:9 --s 222 --v 5.1

3.4 Dall-e

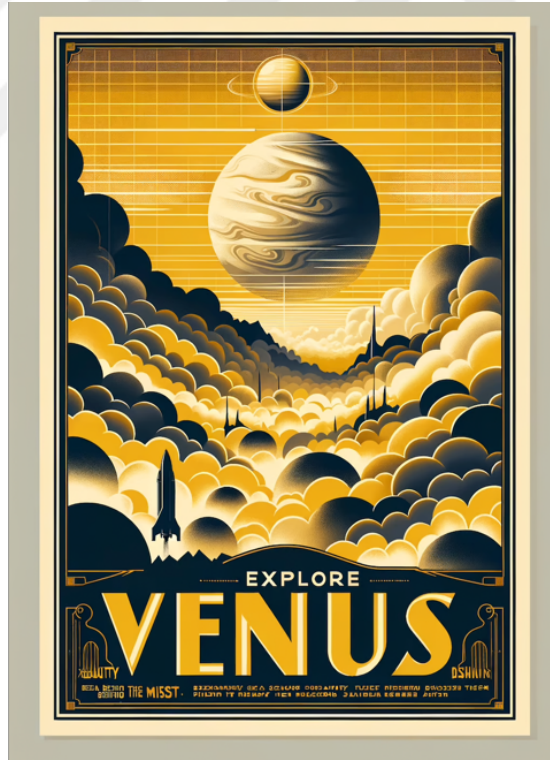
Dall-e, OpenAI tarafından 2021 yılında geliştirilmiş bir yapay zekâ modelidir. Bu model, doğal dil işleme (Natural Language Processing) ve bilgisayarla görselleştirme (Computer Vision) becerilerini birleştirerek metin tabanlı istemlerden görsel içerik oluşturan bir platformdur. Dall-e, GPT-3 modeline dayalı bir dönüştürücü mimarisi kullanır. Bu model, metin tabanlı promptları kullanarak görsel çıktılar üretebilmektedir. Varyasyonel Otoenkoder (VAE) teknolojisi ve önceden eğitilmiş bir dönüştürücü mimarisi, doğal dil işleme ve görüntü oluşturma yeteneklerini bir araya getirir. Dall-e, metin-görüntü dönüşümleri için özel olarak eğitilmiş, çok yönlü bir modeldir. OpenAI, bu modeli oluştururken özellikle analitik ve yaratıcı süreçleri birleştirmeyi amaçladıklarını belirtmiştir (Goh, Betker, Jing, & Ramesh).

Dall-e 'nin çalışma mekanizmaları, denetimsiz öğrenme paradigması üzerine inşa edilmiştir. Bu modeller, çok miktarda metin ve görüntü verisi üzerinde eğitilirler. Eğitim süreci, bir optimizasyon algoritması ve geri bildirim döngüsü kullanarak modelin parametrelerinin ince ayarını yapmayı içerir. Bu döngü, modelin bir çıktı tahmin etmesi, bu tahminin gerçek çıktıyla karşılaştırılması, bir hata bulması ve model parametrelerinin bu hatayı azaltmak için değiştirilmesi aşamalarından oluşmaktadır (Awan, 2023). Bu süreç, genellikle geri yayılım (backpropagation) ve stokastik gradyan inişi (stochastic gradient descent) gibi algoritmalar kullanılarak gerçekleştirilir. Model, bu eğitim süreci boyunca veri setinde bulunan kalıpları ve bağlantılarını öğrenmeye başlar. Örneğin, model, "kuş" teriminin sıklıkla kedi resimleriyle ilişkilendirildiğinde, terimin görsel bir kedi kavramıyla ilişkili olduğunu keşfeder. Zamanla, bu öğrenme yeteneği, "ayakkabı şeklindeki iki katlı pembe ev" gibi karmaşık ifadeleri anlama ve bunlara uygun görseller oluşturma yeteneğine ulaşır (Awan, 2023).

Dall-e, yeterli sayıda örnek veri ile eğitildiğinde hem gerçek dünyada var olan hem de daha önce hiç görülmemiş kavramları görselleştirebilir. Bu nedenle, model, metin açıklamalarını bağlamsal olarak yorumlayabilir ve yaratıcı bir şekilde yeni görseller yaratabilir. Dall-e, gerçek dünyada var olan bir sanatçının bir metni yorumlayabileceği ve buna uygun görseller yaratabileceği gibi, metin açıklamalarına uygun ve yaratıcı görseller oluşturabilmektedir.

3.4.1 Dall-e Kapsamında Prompt Yazma ve Görsel Oluşturma

Dall-e'nin görsel oluşturma kapasitesinden en iyi şekilde yararlanabilmek için yazılacak olan promptlar dikkatli bir şekilde tasarlanmalıdır. Bu yapay zekâ modelinde, oluşturulmak istenen görselin doğru bir şekilde üretebilmesi, promptun net ve anlaşılır olmasına bağlıdır. Oluşturulmak istenen görselin karmaşıklığına göre komutun detay seviyesi ayarlanmalıdır. Örneğin, "sarı saçlı bir kız" yerine "ışık altında sarı saçları parlayan ve ayakta duran bir kız" gibi daha ayrıntılı bir komut kullanıldığında, modelin üreteceği görsel daha ayrıntılı olacaktır. Ayrıca, modelin yaratıcılığını teşvik etmek için soyut fikirler veya fantastik öğeler dahil etmek mümkündür. Sonuç olarak, Dall-e'nin görsel üretim yeteneklerini en üst düzeye çıkarmak için etkili bir metin komutu oluşturmak çok önemlidir. Şekil 3.31'te Dall-e için oluşturulmuş örnek prompt ve sonucuna baktığımızda yazılan promptun elde edilen görselin verimliliği üzerindeki etkisi açıktır.



Şekil 3.31 Dall-e 3 yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan afiş

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan afiş için yazılan prompt; A vintage travel poster for Venus in portrait orientation. The scene portrays the thick,

yellowish clouds of Venus with a silhouette of a vintage rocket ship approaching. Mysterious shapes hint at mountains and valleys below the clouds. The bottom text reads, 'Explore Venus: Beauty Behind the Mist. The color scheme consists of golds, yellows, and soft oranges, evoking a sense of wonder.

3.4.2 Dall-e Platformunda Oluşturulmuş Örnekler

Diğer yapay zekâ uygulamaları gibi, bu yapay zekâ modeli de tasarımcıların tasarım süreçlerini optimize ederken aynı zamanda yaratıcılıklarını en iyi şekilde kullanabilmelerine olanak tanıma potansiyele sahiptir. Dall-e, kullanıcıların geniş bir görsel üretim yelpazesine erişmesine olanak tanıyarak, gerçek hayatta var olan insanları, hayvanları ve nesneleri son derece gerçekçi bir şekilde görselleştirebilmektedir. Ayrıca, "Bir kedinin içinde bir şehir" gibi karmaşık ve soyut kavramları da gerçekçi bir şekilde oluşturabilir. Dall-e, sanatsal yaratıcılık yapabilme yetisine de sahiptir örneğin "Van Gogh tarzında bir manzara" gibi belirli bir sanat tarzını taklit edebilecek görseller üretebilir. Tasarım ve prototip oluşturma konusunda da etkileyici bir yeteneğe sahiptir. Bununla birlikte, eğitim materyalleri, gerçeküstü görseller, özelleştirilmiş görsel talepler, mimari projeler ve moda tasarımları gibi alanlarda da etkili bir şekilde kullanılabilir. Dall-e, sağladığı bu görsel çeşitlilik nedeniyle, çok çeşitli sektörler ve uygulama alanları için uygun bir araç olma niteliğindedir. Aşağıda Dall-e ile oluşturulmuş örnekler promptlarıyla birlikte sunulmuştur.

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan 'Plategirl' görseli (Şekil 3.32) için yazılan prompt: a middle-aged woman of Asian descent, her dark hair streaked with silver, appears fractured and splintered, intricately embedded within a sea of broken porcelain. The porcelain glistens with splatter paint patterns in a harmonious blend of glossy and matte blues, greens, oranges, and reds, capturing her dance in a surreal juxtaposition of movement and stillness. Her skin tone, a light hue like the porcelain, adds an almost mystical quality to her form.



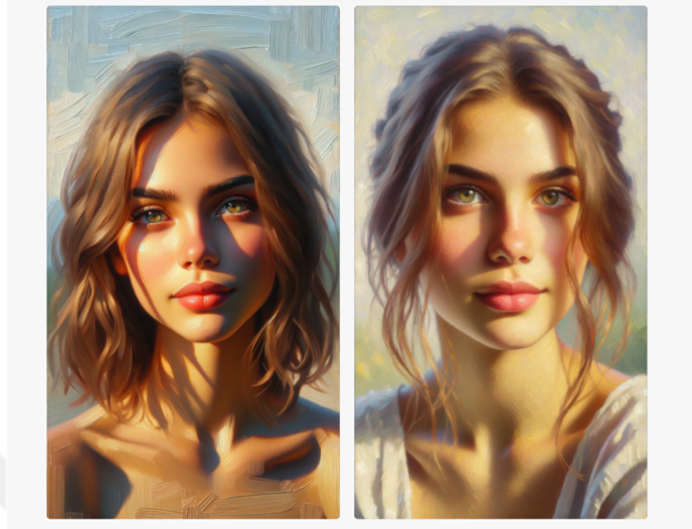
Şekil 3.32 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş ‘Plate girl’ adlı görsel

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ‘Fox Rise’ logosu (Şekil 3.33) için yazılan prompt: A sleek logo of a fox featuring a modern abstract design, monochrome style, contemporary aesthetic, red color scheme, transparent background, with text ‘Fox Rise’



Şekil 3.33 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulmuş ‘Fox Rise’ logosu

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan kadın portreleri (Şekil 3.34) için yazılan prompt: Sunshine on a young woman with medium-brown hair, clear skin, soft natural light, hazel eyes, elaborate artwork by Joaquin Sorolla, 85mm.



Şekil 3.34 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan kadın portreleri

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarımları (Şekil 3.35) için yazılan prompt; Professional image of the packaging for a premium coffee brand. Gold and dark brown colors ought to be the main accent colors on the box. The front should have the brand logo clearly displayed against a background of stylized images of coffee beans and mountain silhouettes. Brewing recommendations and product details ought to be displayed on the left and right sides of the box in a simple font. The entire aesthetic should convey opulence and sophistication.



Şekil 3.35 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarım örneği

Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan UI (kullanıcı arayüz) tasarımı (Şekil 3.36) için yazılan prompt; Design a simple user interface for the "S" sports application. The design should prioritize simplicity of navigation and be sleek and user-friendly. Make use of colors that are lively and inspire energy and motivation, such as electric greens, fiery reds, and vivid blues. Easily recognizable icons that depict various sports activities such as swimming, cycling, and running should surround the big "S" logo in the middle of the main screen. The Home, Activities, Profile, and Settings icons on the bottom navigation bar should be easily recognizable. The font ought to be legible and contemporary, blending well with the app's overall design. The use of subtle shadows and gradients can add dimension to the design without detracting from its basic aesthetic. The application should exude excitement throughout, inspiring users to participate in their preferred sports.



Şekil 3.36 Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan UI tasarım örneği

Dall-e'nin oluşturduğu görseller incelendiğinde oldukça iyi sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Hatta, görsel ve metni birleştirme konusunda diğer yapay zekâ modellerinden daha başarılı sonuçlar verdiği söylenebilir.

3.5 FontJoy

Tipografi, tasarımın önemli bir parçasıdır ve temel tasarım elemanlarından biridir. Bir tasarımın genel atmosferi ve görsel çekiciliği, farklı fontlar, boyutlar ve renkler kullanılarak belirlenir. Tasarımcılar, estetik ve işlevselliği dengeli bir şekilde sunacak yazı tiplerini seçmek için uzmanlıklarını ve bilgilerini kullanırlar. Bu, genellikle uzun bir süre gerektirebilir. Makine öğrenimi ve yapay zekâ, bu karmaşık işlemi otomatikleştirerek tasarımcıların işini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.

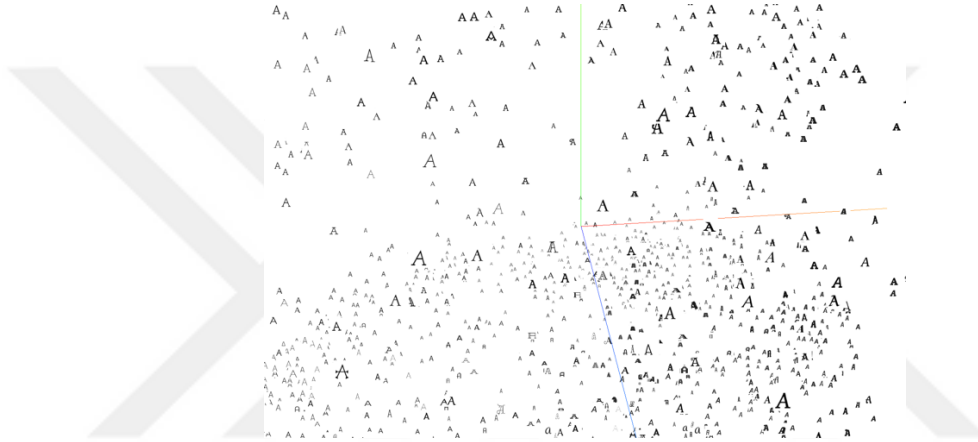
FontJoy, makine öğrenimi algoritmalarını kullanarak tipografik eşleştirme seçimini kolaylaştıran bir yapay zekâ platformudur. Platform, 1.800'den fazla yazı tipini içeren bir veritabanı sunar. Kullanıcıların istedikleri metni yazdıktan sonra sadece "oluştur" düğmesine basmasıyla yazı tipi eşleştirmeleri yapmalarına olanak tanır. Bu özellik, tasarım iş akışını kolaylaştırarak tamamlayıcı yazı tiplerini seçme sürecini otomatikleştirir.

Tasarım süreçlerinde yazı tipi eşleştirmek karmaşık ve önemli bir iştir. Yanlış yazı tipleri bir araya getirildiğinde tasarımın kötü olma olasılığı yüksektir. Örneğin, birbirine çok benzeyen ama tam olarak aynı olmayan yazı tipleri, tasarımı bozabilir. Aynı şekilde, birbiriyle çok uyuşmayan yazı tipleri de tasarımı olumsuz yönde etkileyebilir.



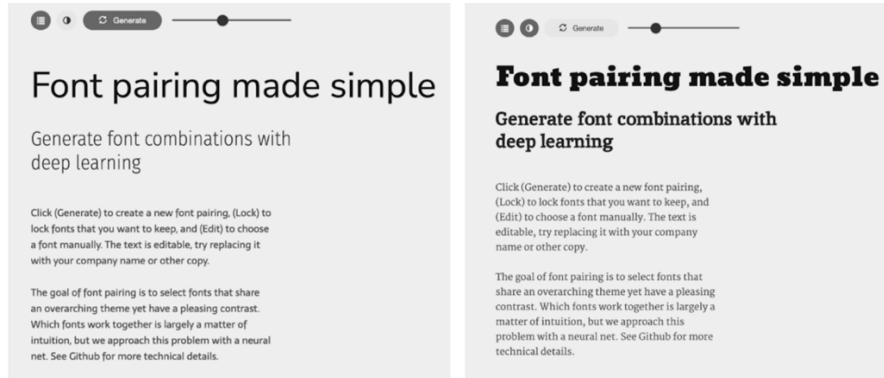
Şekil 3.37 FontJoy yapay zekâ platformu tipografi kullanım örneği (Ana başlık, alt başlık ve gövde metni)

FontJoy, yazı tipi eşleştirmedeki zorlukları çözmek için çok boyutlu bir yaklaşım kullanmaktadır. Bu yaklaşım, 3d haritada (Şekil 3.38) her eksen için bir tipografik özelliği temsil eden bir koordinat sistemi olarak düşünülebilir. Örneğin, ağırlık için Y eksen, eğim için X eksen ve serif için Z eksen olabilir. Bu çok boyutlu haritada, yazı türleri niteliklerine göre işaretlenir. Daha sonra algoritma, bu eksenlerde uzak ancak paralel olan yazı tiplerini tanımlar. Tanımlanan bu yazı tiplerinin belirli benzerlikleri paylaştıklarını ancak aynı zamanda gerekli kontrastı da sunduklarını göstermektedir. Bu sayede, seçilen yazı tipleri birbiriyle uyumlu olurken aynı zamanda tasarıma ilgi ve çeşitlilik katacak şekilde farklı görünürler.



Şekil 3.38 FontJoy, 3D font haritası

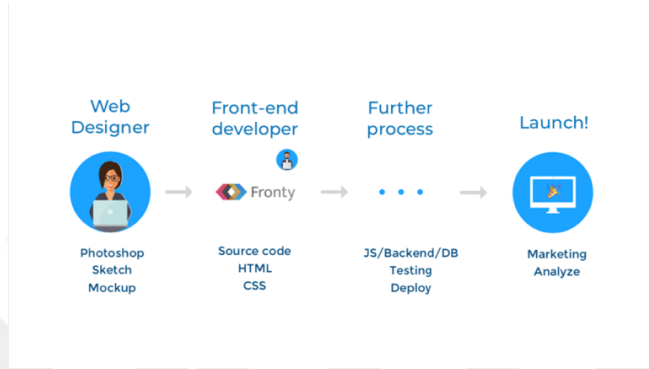
Bu uygulama, tasarımcılara sadece kolaylık sağlamakla kalmamakta aynı zamanda benzersiz ve estetik açıdan çekici yazı tipi kombinasyonları bulmalarına da olanak tanımaktadır.



Şekil 3.39 FontJoy yapay zekâ platformu tipografi kullanım örnekleri

3.6 Fronty AI

Fronty, yapay zekâ teknolojisinin bir getirisi olarak tasarımcıların teknik kısıtlamalar olmadan yaratıcılıklarını sergilemelerine olanak tanıyan bir araçtır. Bu uygulama, yapay zekâ algoritmalarını kullanarak tasarımcıların ürettiği işleri hızlı ve doğru bir şekilde HTML ve CSS koduna dönüştürebilmektedir.



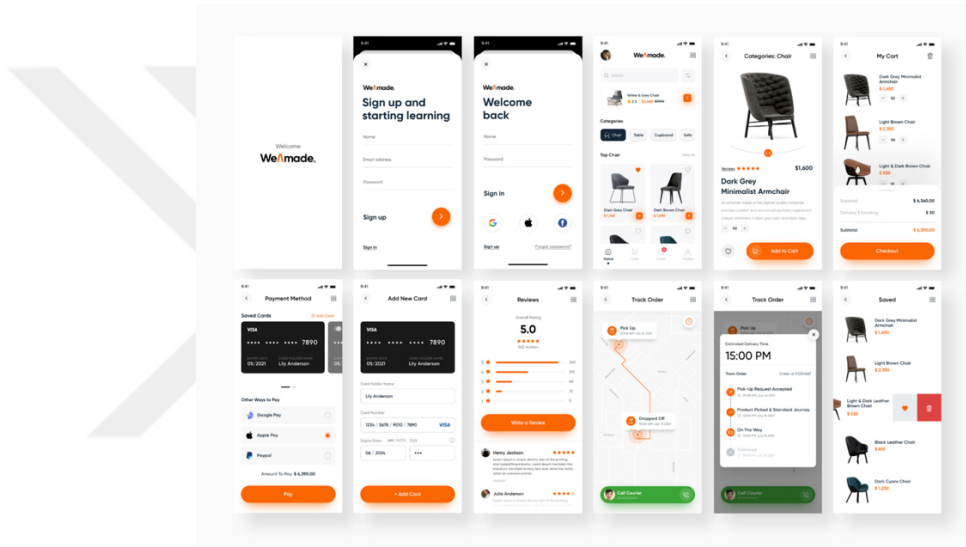
Şekil 3.40 Fronty yapay zekâ platformunda bir web sitesinin tasarım aşamasından başlayarak halka sunulma sürecine kadar olan web geliştirme aşamaları

Bu yapay zekâ uygulaması prototipleme aşamasını önemli ölçüde hızlandırabilmektedir. Tasarımcılar, görsel fikirlerini kodlamak için derinlemesine kodlama bilgisine ihtiyaç duymadan işlerini hızlı bir şekilde tamamlayabilirler. Bu da tasarımcıların yaratıcı yönlerine daha fazla zaman ayırmalarına olanak tanır.



Şekil 3.41 Fronty yapay zekâ platformunda bir web sitesinin tasarım aşamalarını anlatan infografik

Fronty'yi kullanabilmek için tasarımcılar, tasarımlarını .jpg formatında kaydetmeli ve ardından bu dosyayı dönüştürücüye yüklemelidir. Fronty'nin makine öğrenimi algoritmaları, yüklenen görseli analiz ederek bu görselde bulunan renkleri, şekilleri, metni ve düzeni tanır. Daha sonra, orijinal görsel tasarıma uygun semantik HTML işaretlemesi ve CSS stil kuralları oluşturur. Böylece tasarımcılar, geleneksel olarak, geliştiricilerin görsel tasarımları HTML'e manuel olarak çevirmelerini beklemeden tasarımlarını kolay ve hızlı bir şekilde çalışır hale getirebilirler. Bununla birlikte yapay zekâ tarafından desteklenen otomatik araçlar, hız ve verimlilik sağlamaktadır fakat, hangi yöntemin seçileceği, projenin gereksinimlerine ve planlama sürecine bağlıdır.



Şekil 3.42 Fronty yapay zekâ platformu kullanılarak oluşturulan bir UI tasarım örneği

Fronty'nin amacı, geliştiriciler ve tasarımcılar için ortak bir başlangıç noktası sağlamaktır. Ancak, karmaşık veya belirsiz görsel tasarımlar için manuel müdahale bu tür bir otomatik dönüşüm süreci tarafından tamamen ortadan kaldırılamamaktadır. Geliştiriciler, çoğu zaman görselleri HTML ve CSS kodlarına dönüştürmek için birçok sorunla karşı karşıya kalabilmektedir. Karmaşık tasarım, duyarlı tasarım ve tipografinin doğru bir şekilde kodlanması profesyonellik gerektirir. Ayrıca, sürekli güncellemeleri yönetmek, performansı optimize etmek, çeşitli tarayıcılar ve cihazlar için uyumluluk sağlamak da önemli zorluklar arasındadır. Yapay zekâ destekli araçlar bu süreci basitleştirse de manuel inceleme ve ayarlamalar şu an için genellikle kaçınılmazdır. Ancak, zaman kaybını en aza indirmek için bu tür yapay zekâ uygulamaları, tasarımcıların yaratıcı fikirlerini hemen deneyimlemelerine ve iteratif düzenlemeler yapmalarına olanak tanıyarak tasarım süreçlerini geliştirebilir.

3.7 Yapay Zekâ Uygulamaları Kullanılarak Tasarlanmış İşler

Yapay zekâ teknolojisinin ilerlemesi, daha karmaşık ve sofistike tasarım araçlarının geliştirilmesine olanak tanımıştır. Üretken tasarım araçları bu bağlamda özellikle dikkat çekicidir. Bu araçlar, tasarımcıların belirlediği kriterlere ve parametrelere göre algoritma tabanlı çözümler oluşturarak tasarımcıların manuel olarak ulaşamayacağı karmaşık geometrik formlar ile yapıları hızlı ve etkili bir şekilde üretebilmektedir (Jana & Maria, 2023) Bu araçların kullanımı ile oluşturulan tasarımlar, sadece estetik ve fonksiyonel açıdan değil, aynı zamanda maliyet ve sürdürülebilirlik gibi faktörler açısından da daha etkili ve verimli olabilmektedir.

Bu bölümde, yapay zekâ teknolojilerinin entegrasyonu ile gerçekleştirilen üç tasarım projesi, verimlilik, maliyet, hız ve tasarım sürecini belirleyici kriterleri kapsamında incelenmiştir.

3.7.1 Endemic Verse Markası İçin Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Ambalaj Tasarımının İncelemesi

Endemic Verse, marka ve ürün isminden ambalaj tasarımına kadar, Tasarist ambalaj tasarım ajansı tarafından yapay zekâ teknolojileri kullanılarak tasarlanmış bir kolonya markasıdır. Markanın tasarım sürecinin %90'ında yapay zekâ teknolojileri kullanılmıştır ve bu sayede dünya çapında bu yöntemle tasarlanan ilk marka olma özelliğini taşımaktadır.



Şekil 3.43 Yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş Endemic Verse ambalaj tasarımı

Marka, sanal bir evren veya dijital bir gerçeklik olarak tanımlanan Metaverse için özel bir koku yaratma düşüncesinden yola çıkarak, yapay zekâ teknolojisi ile, Metaverse'de yer alabilecek endemik çiçeklerin potansiyel kokularını modellemiştir. Bu modelleme sonucunda, her bir koku notası için bir renk kodu oluşturulmuştur. Böylece kokular renklerle ifade edilebilir hale getirilerek sayısal değerlere çevrilmiştir. Daha sonra bu sayısal değerlerin temsil ettiği koku karışımları arasından üç favori koku ürünlerde kullanılmıştır. Bu üç ürün, yapay zekâ tarafından Dreaming Red Petals, Purple Sky Dream, Dreams in Blue (Şekil 3.44) olarak adlandırılmıştır.



Şekil 3.44 Yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş Endemic Verse ambalaj tasarımı (Dreaming Red Petals, Purple Sky Dream, Dreams in Blue)

Markanın genel görsel konsepti oluşturulurken çoğunlukla Midjourney platformu kullanılmıştır. Marka adı, ürün varyantları ve ürün açıklamaları için ise Rytr AI platformu tercih edilmiştir. Tasarist, bu süreçte yapay zekâ uygulamalarına yönelik spesifik brieflerin hazırlandığını belirterek, kokusundan rengine, logosundan ismine kadar tüm detayların, yapay zekâ ve tasarımcı iş birliği ile gerçekleştirildiğini belirtiyor.

Tasarist, kolonya gibi geleneksel bir kategoriye yapay zekâ ile modernize etme amaçlarını, eskiyi ve yeniye bir araya getirip tasarımın ne kadar güçlü olabileceğini göstermek olduğunu belirterek Endemic Verse ile, Z kuşağı için genellikle göz ardı edilen bir ürünü yeniden şekillendirmeyi amaçladıklarını söylüyor.



Şekil 3. 45 Midjourney yapay zeka platformu ile Endemic Verse markası için oluşturulmuş çiçek görselleri

Ayrıca, Midjourney tarafından oluşturulan "Dreaming Red Petals," "Purple Sky Dream," ve "Dreams in Blue" ürünlerine ait çiçek görsellerinin, (Şekil 3.45) NFT dünyası için 999 farklı varyasyonu oluşturulmuş ve kullanıcıların erişimine açılmıştır. Tasarist, bu NFT'lerin dünyada ilk kez %90'nı yapay zekâ ile tasarlanmış bir markaya ait olmasından dolayı, tarihsel bir öneme sahip olduğunu belirtiyor.



Şekil 3.46 Endemic Verse markası için yapay zekâ uygulaması ile oluşturulmuş logo tasarımı

Tasarist, yapay zekâ iş birliği ile markaların görsel dikkat testlerini yüzde %99 doğrulukla ve saniyeler içinde gerçekleştirmelerine yardımcı olduğunu belirtiyor. Bunun, markaların logolarının veya raftaki ambalajların ne kadar dikkat çekici olduğunu hızlı ve etkili bir şekilde analiz etmesine olanak tanıyarak büyük bir kolaylık sağladığını belirtiyor. Ayrıca, tasarım sürecinde yapay zekanın, görsel ve metin oluşturma süreçlerini hızlandırarak yaratıcı alanlara daha fazla zaman kazandırdığı ve yapay zekanın "angarya" olarak nitelendirilebilecek iş yüklerini üstlenerek tasarımcılara zaman ve maliyet açısından önemli avantajlar sağladığını belirtiyor. Günler, haftalar veya aylar yerine saniyeler içinde yaratıcı fikirlerin ve görsellerin üretilebileceği düşüncesinin sektör ve tasarımcı açısından bakıldığında çok değerli bir durum olduğunu savunuyor.

Endemic Verse markası incelendiğinde, yapay zekanın tasarım ve marka oluşturma süreçlerinde önemli bir rol oynamaya başladığı söylenebilir. Bu bağlamda, yapay zekâ araçlarının kullanımı yalnızca tasarım süreçlerinin hızını ve verimliliğini artırmakla kalmamakta, aynı zamanda yaratıcılığı destekleyerek, yeni olanaklar yaratıp, tasarım ve marka oluşturma süreçlerinin gelişmesine de olanak tanımaktadır.

3.7.2 The Economist “AI'S NEW FRONTIER” Başlıklı Sayısı için Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Kapak Tasarımı ve Tasarım Sürecinin İncelenmesi

1843 yılında kurulan The Economist, politika, ekonomi, finans, bilim, teknoloji ve kültür gibi uluslararası konularda analizler ve yorumlar yapan İngiliz merkezli haftalık çıkan bir dergidir.

The Economist dergisine göre, temel yapay zekâ modelleri, görselleştirme, programlama ve dil gibi sembollerin anlaşılması açısından, derin öğrenme tekniklerinin yeni bir aşamasıdır (Economist, 2022). The Economist, bu modellerin yaratıcı bir şekilde sembollerle etkileşime girme yeteneğine dayanarak "bilgisayar yaratıcılığı"nı deneyimleme isteği ile “AI's new frontier” başlıklı 11 Haziran 2022 sayısının kapağını, Midjourney yapay zekâ uygulaması kullanılarak oluşturulan illüstrasyon çalışmasını ile tasarlamıştır.

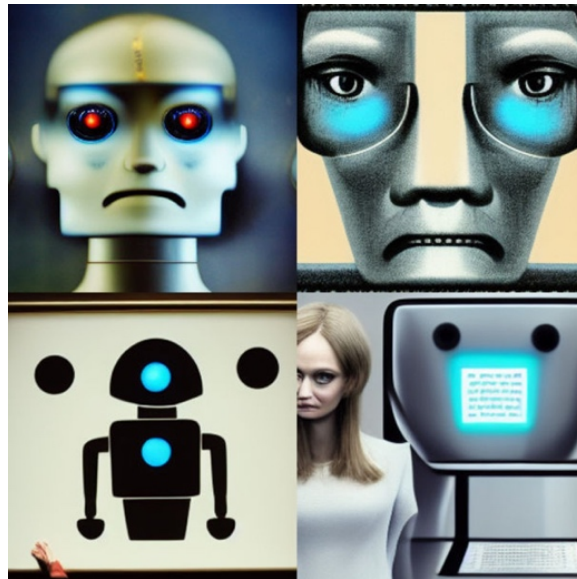


Şekil 3. 47 The Economist dergisi, 11 Haziran 2022 sayısının “AI’s New Frontier” başlıklı kapak tasarımı

Geleneksel olarak, dergi kapaklarının tasarım süreçleri, bir konu etrafında fikirlerin tartışıldığı, taslakların üretildiği ve nihai görsel tasarımın oluşturulduğu bir süreci kapsar. Fakat, The Economist'in kullandığı Midjourney yapay zekâ modeli, bu süreci önemli ölçüde değiştirmiştir. Model, bir tarayıcıya yazılan tek bir ifade ile çalıştırılmış ve bu tasarım sürecini önemli ölçüde hızlandırmıştır. Fakat, modelin yorumlama kapasitesi sınırlı olduğu için, zaman zaman anlamsız veya yanıltıcı görsellerde oluşturmuştur.

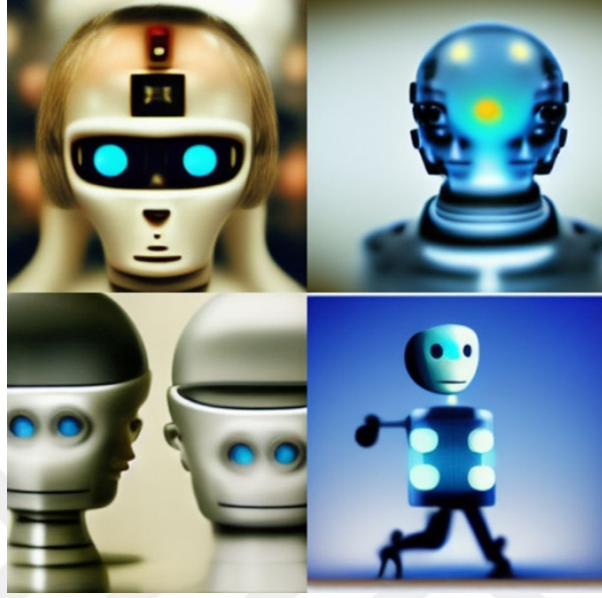
The Economist dergisi, "AI'S NEW FRONTIER" başlıklı sayısında Midjourney yapay zekâ modeli için 250 prompt oluşturarak neredeyse 1000 görsel elde etmiştir. Midjourney yapay zekâ botu için tasarlanan 250 prompt içerisinde en spesifik promptlar çıktılarıyla birlikte değerlendirilerek kapak görseli için en uygun sonuç seçilmiştir.

The Economist dergisinin, "Akıllı makineler konusunda nasıl akıllıca endişelenilir?" başlıklı promptu, (Şekil 3.48) yapay zekâ ve akıllı makinelerin toplumsal ve ahlaki boyutlarını ele alırken aynı zamanda medyanın ve popüler kültürün bu konudaki abartılı temsilini sorgulamayı amaçlamıştır. Fakat, promptta belirtilen "endişe" kavramı yapay zekâ modeli tarafından olumsuz bir şekilde yorumlanmış ve bu doğrultuda görsel çıktılar elde edilmiştir.



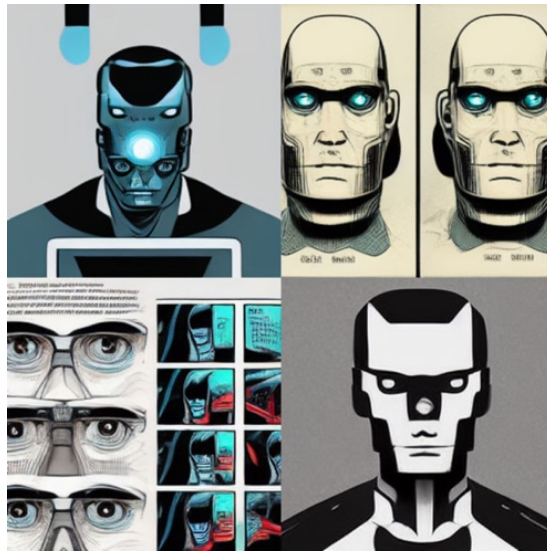
Şekil 3.48 “Akıllı makineler konusunda nasıl akıllıca endişelenilir” promptu ile oluşturulan görseller

Daha sonra “Yapay zekâ mutlu bir şekilde ileri atlıyor” promptu ile (Şekil 3.49) görseli oluşturuluyor. Ancak oluşturulan bu görseller ile tam olarak istenilen sonuc elde edilemiyor.



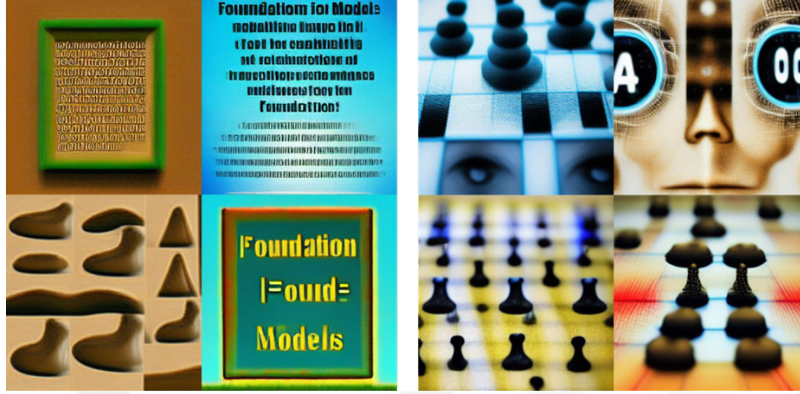
Şekil 3.49 “Yapay zekâ mutlu bir şekilde ileri atlıyor” promptu ile oluşturulan görseller

"Yeni bir yapay zekâ türü sahneye çıktı ve olağanüstü şeyler yapabiliyor" promptu ile (Şekil 3.50) yapay zekanın yeni ve olağanüstü yetenekleri vurgulanmak isteniyor. Fakat, elde edilen görsellerdeki şaşkın ve saçsız android yüzler, yapay zekanın henüz tam anlamıyla bazı kavramları anlayamadığını ve gelişmeye açık olduğunu gösteriyor.



Şekil 3. 50 “Yeni bir yapay zekâ türü sahneye çıktı ve olağanüstü şeyler yapabiliyor” promptu ile oluşturulan görseller

“Makine zekasındaki en son buluşla ilgili ne yapılmalı” promptu ile elde edilen görselde (Şekil 3.51) tuhaf satranç taşları ve okunamayan metinlerin olması, yapay zekanın henüz karmaşık ve soyut konuları tam anlamıyla kavrayamadığının gösteriyor.



Şekil 3. 51 “Makine zekasındaki en son buluşla ilgili ne yapılmalı” promptu ile oluşturulan görseller

Çeşitli denemelerin ardından, dergi editörleri "Yapay Zekânın Yeni Sınırı" başlığını Midjourneyde prompt olarak kullanma kararı alıyor. Fakat, oluşturulan görsellerin bazılarının korkutucu olması ve özellikle birinin genç Vladimir Putin (Şekil 3.52, sağ üst) gibi görünmesi üzerine, yapay zekânın beklenmedik ve subjektif yorumlar yapabileceği anlaşıyor.



Şekil 3.52 “Yapay zekanın yeni sınırı” promptu ile oluşturulan görseller

"Yapay Zekânın Yeni Sınırı" promptu ile oluşturulan görüntü Midjourneyde "art deco" stil ayarı ile tekrar oluşturularak (Şekil 3.53) daha sanatsal çıktılar elde edilmiştir.



Şekil 3. 53 "Yapay zekânın yeni sınırı" promptu ile art deco tarzında oluşturulan görseller

"Yapay Zekânın Yeni Sınırı" promptu, "kolaj" ve "art deco" stil seçenekleri birleştirilerek yeniden oluşturulmuştur. (Şekil 2.47) Üretilen çıktılar incelendikten sonra, estetik ve tematik hedeflere en uygun olan görsel seçilerek dergi kapağında kullanılmıştır. (Şekil 3.54, sol alt görsel)



Şekil 3.54 "Yapay zekânın yeni sınırı" promptu ile art deco ve kolaj stilleri birleştirilerek oluşturulan görseller

The Economist dergisinin "AI's New Frontier" başlıklı özel sayısında Midjourney yapay zekâ modelinin kapak tasarımında kullanılması, geleneksel tasarım

metodolojilerine kıyasla daha hızlı ve dinamik bir sürecin mümkün olduğunu ortaya koymaktadır. Midjourneyde, çeşitli promptlarla oluşturulan görseller, yapay zekanın yaratıcı süreçlerdeki potansiyelini ve sınırlılıklarını göstermektedir. Özellikle, modelin etik ve toplumsal konulara dair karmaşık ve soyut temaları tam anlamıyla kavrayamadığı, ancak estetik ve tematik hedeflere uygun görseller oluşturduğu görülmüştür.

Bu analiz, Midjourney yapay zekâ modelinin 2022 versiyonu üzerinden yapılmıştır. Model 2023 versiyonu ile daha sofistike sonuçlar oluşturabilmektedir.

3.7.3 Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali için Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Afiş Tasarımının İncelemesi

Atilla Erkmen tarafından tasarlanan Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali afişi, yapay zekânın kreatif süreçlerdeki potansiyelini ve etkisini gösteren örneklerden biridir. Bu afiş, yapay zekâ algoritmaları tarafından tasarlanmış ilk festival afişi olma özelliğini taşımaktadır.



Şekil 3.55 Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali afişi yapay zekâ uygulaması ile tasarlanmış afiş

Afişin tasarımı, Erkmen tarafından önceden yazılan bir hikâyenin, yapay zekâ modeline "prompt" olarak tekrar uyarlanması ile gerçekleştirilmiştir. Erkmen'in önceden yazdığı bu hikâye, *“dünyadan kaçan bir grup insanın, yapay zekâ kontrolündeki bir uzay gemisiyle, yaşamın sürdürülebilir olduğu bir gezegene nesiller boyu süren bir yolculuk yapmalarını ve bu süreçte yaşanan olayları”* ele almaktadır. (Yapar, 2022). Bu hikâye, afişin tasarımında ana tema olarak kullanılmış ve yapay zekâ modelinin yaratıcılığını yönlendiren bir çerçeve oluşturmuştur. Bu kapsamda, yapay zekâyı temsilen sırtı seyirciye dönük insansı bir robot ve arkasında insanları öte gezegene taşıyan bir uzay gemisi promptu tasarlanmıştır. Yazılan prompt doğrultusunda afişin genel kompozisyonu, bilim kurgunun karakteristik renkleri olan yeşil, kırmızı ve siyahla yapay zekâ tarafından oluşturmuştur. Yapay zekanın, genel uzay betimlemesindeki minimalist yaklaşımı hem sade hem de etkili bir görsel sonucun elde edilmesini sağlamıştır.

Afişin genel tasarım süreci, yapay zekâ ve tasarımcı iş birliğine dayanarak gerçekleştirilmiştir. Yapay zekâ, görsel kompozisyonu hazırlarken; tasarımcı, yazı ve font seçimleriyle bu kompozisyonu tamamlamıştır. Bu ortak çalışma, afişin nihai görünümünü belirlemiştir.

4. GRAFİK TASARIM ALANINDA YAPAY ZEKÂ (DALL-E) UYGULAMALARINA İLİŞKİN VAKA ÇALIŞMALARI

Bu bölümde öncelikle grafik tasarım alanında yapay zekâ kullanımını ele alan 7 vaka çalışmasının araştırma deseni açıklanmıştır. Çalışmanın amacı belirtilmiş ve veri toplama yöntemi detaylandırılmıştır. Daha sonra çalışmalar sırasında oluşturulan görsel sonuçlar tasarımcıların genel yorumlarıyla birlikte sunulmuş ve elde edilen verilerin detaylı analizi yapılmıştır.

4.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, grafik tasarım süreçlerinde Dall-e gibi yapay zekâ tabanlı araçların tasarım süreçlerine dahil edilmesinin tasarım süreçlerine etkilerini ve tasarımcıların bu teknolojiyle ilgili deneyimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, bu teknolojilerin tasarımcıların yaratıcılık ve özgünlük algılarını nasıl etkilediği, tasarım süreçlerine getirdiği yenilikleri ve sınırlamaları, bu teknolojinin kullanımı sırasında karşılaşılan zorlukları ve faydaları üzerine görüşlerini keşfetmeye odaklanmaktadır. Ayrıca, yapay zekanın grafik tasarımda nasıl bir rol oynadığını ve tasarımcıların bu yeni teknolojiye nasıl tepki verdiğini, adaptasyon sürecini ve tasarımcıların bu teknolojiyi yaratıcı süreçlerine nasıl dahil edebileceklerini araştırmaktır.

4.2 Araştırma Soruları

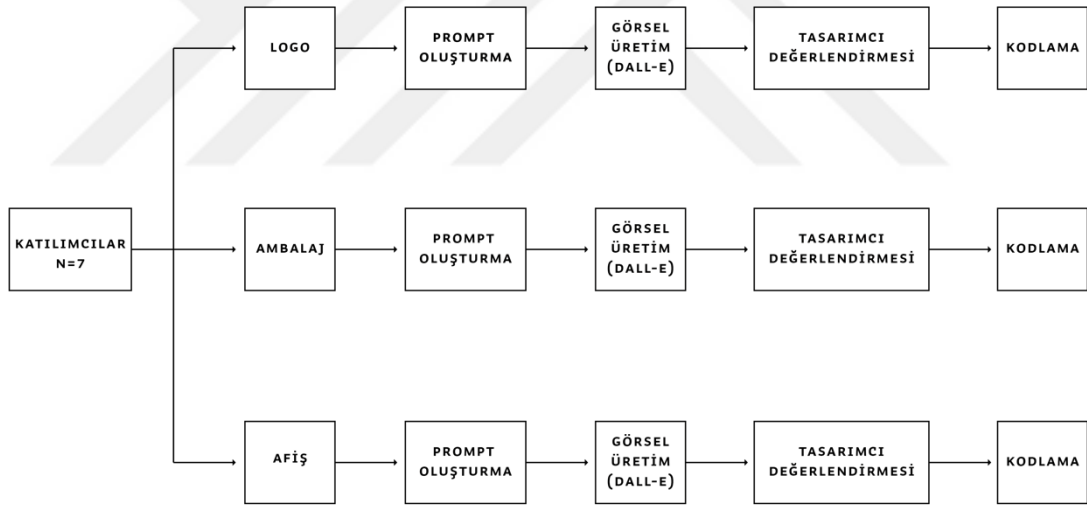
Çalışma kapsamında, üç araştırma sorusu belirlenmiştir.

- 1) Dall-e gibi yapay zekâ tabanlı uygulamaların tasarım süreçleri ve tasarımcıların çalışma dinamikleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?
- 2) Tasarımcının tasarım sürecini başlatırken prompt oluşturma pratiğinin sonuçta elde edilen tasarımın niteliğine olan etkileri nelerdir?

- 3) Tasarımcıların Dall-e uygulamasını kullanırken karşılaştıkları zorluklar, uygulamanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?

4.3 Araştırmanın Deseni

Vaka çalışması, belirli bir durumun veya olayın tüm yönleriyle derinlemesine incelendiği bir araştırma yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır (Kurnaz, 2021). Trista, (2016) vaka çalışmasını gerçek dünya bağlamında güncel bir olayın ayrıntılı bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan ampirik bir araştırma yöntemi olarak tanımlar. Bu araştırma yöntemi, araştırmanın tasarımı, veri toplama tekniklerini ve veri analizine yönelik özel yaklaşımları içermektedir. Bu çalışmada, grafik tasarım alanında Dall-e yapay zekâ aracının grafik tasarım süreçlerine etkisi, tasarımcıların deneyimleri ve bu deneyimlerin yarattığı ortak anlamlar 7 vaka çalışması yapılarak incelenmiştir.



Şekil 4. 1 Vaka çalışmalarının akış diyagramı

4.4 Katılımcı Profili

Çalışmaya, alanlarında uzaman ve profesyonel 4'ü kadın 3'ü erkek toplam 7 grafik tasarımcı katılım sağlamıştır. Çalışma kapsamında, her bir katılımcıya denk gelen A, B, C, D, E, F, G şeklinde kodlamalar yapılmış ve katılımcıların gerçek kimlikleri belirtilmemiştir.

4.5 Uygulama Protokolü

Çalışma kapsamında, önceden belirlenen üç konu için tasarım briefleri oluşturulmuştur. Ambalaj, logo ve afiş tasarım alanları için hazırlanan bu proje briefleri, çalışmalardan önce tasarımcılara sunulmuş ve tasarımcılardan briefler kapsamında Dall-e yapay zekâ aracında görsel üretim için promptlar oluşturmaları istenmiştir. Daha sonra, oluşturulan bu promptlar görüşmeler esnasında Dall-e yapay zekâ uygulamasına girilerek görsel çıktılar elde edilmiş ve tasarımcılar tarafından değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, tasarımcılarla yapılan görüşmelerde (a), (b), (c), (d), (e), (f) ve (g) konularına odaklanılmış ve katılımcılara bu konularla ilgili sorular yöneltilerek görüşleri alınmıştır. (a) Grafik tasarım alanında yapay zekâ uygulamalarının geleceği, (b) yapay zekâ uygulamalarının grafik tasarım alanına olumlu ve olumsuz yönleri, (c) prompt oluşturma pratiğinin elde edilen sonuca etkisi, (d) Dall-e kapsamında oluşturulan görsellerin yeterliliği, (e) gelişen bu teknolojinin gelecekte tasarımcıların rolünü nasıl değiştirebileceği, (f) tasarımcıların yaratıcılık ve özgünlük algıları, (g) tasarımcıların teknik beklentileri ve yapay zekâ kullanımı sırasında karşılaştıkları zorluklar ve olanaklar üzerinde durulmuştur.

4.6 Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler 7 profesyonel grafik tasarımcı ile gerçekleştirilmiştir. Tasarımcılar görüşme sırasında Dall-e yapay zekâ uygulamasını kullanarak görseller oluşturmuş ve her bir görüşme yaklaşık 1 saat sürmüştür. Google Meet aracılığıyla gerçekleştirilen bu görüşmeler, ses ve ekran kayıtları alınarak kaydedilmiştir.

4.6.1 Çalışmalarda Dall-e Yapay Zekâ Aracının Kullanılma Nedenleri

Çalışmada, Dall-e yapay zekâ uygulamasının seçilme nedeni, görüntü oluşturma alanındaki önceki modellere kıyasla, özellikle insan ayrıntıları gibi hassas unsurlarda metin oluştururken getirdiği önemli geliştirmelerdir. Dall-e, görüntülere yerleştirilmiş okunabilir metinler gibi yeni özellikler ekleyerek kullanıcılara geniş bir yaratıcılık ve esneklik alanı sunmaktadır (Franzen, 2023).

Dall-e'nin metin/tipografi ile görüntü oluşturma becerisi, kullanıcıların daha karmaşık ve detaylı görüntüler oluşturmalarını sağlayarak görsel iletişimde daha etkili bir şekilde kullanılmasına olanak tanımaktadır. Şu an için, diğer yapay zekâ modellerinin, metin/tipografi ile görüntü oluşturma konusunda sınırlamalar yaşadığı bilinmektedir (Franzen, 2023). Bu bağlamda, Dall-e'nin sunduğu bu özelliklerin, kullanıcılara diğer yapay zekâ modellerine kıyasla görsel ve metinsel içeriği daha verimli bir şekilde birleştirmelerini sağlaması, tez kapsamında gerçekleştirilen vaka çalışmaları için daha uygun bir model olarak değerlendirilmiş ve Dall-e yapay zekâ modeli ile çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

4.7 Verilerin Analizi

Çalışma sonucunda, yarı-yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler nitel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Her bir görüşmenin yazılı metinleri oluşturularak kodlamalar yapılmış ve yapılan bu kodlamalardan temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan temalar ile kodlar birleştirilerek kod kitapları çıkartılmıştır. Daha sonra bu kod kitapları ayrıntılı bir şekilde açıklanmış ve konularla ilişkili tasarımcıların direkt görüşleri de bu açıklamalara eklenmiştir.

4.8 Vaka Çalışmaları

Çalışmalar, logo, ambalaj ve afiş tasarımı alanlarında gerçekleştirilmiştir. Logo, bir şirketin, markanın veya kuruluşun kimliğini temsil eden görsel bir işarettir. Genellikle grafiksel veya simgesel bir şekilde tasarlanır. Hedef kitleye sunduğu mesajı, karakterini ve değerlerini yansıtarak markanın tanınırlığını ve hatırlanabilirliğini artırır. Logo tasarımında, sembolik ve soyut unsurlar bir markanın kimliğini ve değerlerini görsel olarak temsil etmek için önemli unsurlardır. Bu nedenle, ilk vaka çalışması olarak logo tasarım alanı seçilmiş ve Dall-e'nin bu unsurları nasıl bir araya getirdiği incelenerek özgün ve anlamlı semboller üretme becerisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Ambalaj tasarımı, bir ürünün korunması, taşınması ve pazarlanması için kullanılan görsel ve yapısal tasarım süreçlerini içerir. Bu süreç, tüketicilere ürünün özelliklerini, marka kimliğini ve kullanım bilgilerini etkili bir şekilde iletmek için yaratıcı ve teknik becerilerin bir araya getirilmesini gerektirir. İkinci vaka çalışmasında ambalaj tasarım alanı seçilerek, Dall-e'nin oluşturduğu ambalajları doğrudan 3 boyutlu nesnelerle nasıl ilişkilendirdiği, ürünün fiziksel özelliklerini nasıl aktardığı gibi becerilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Afiş tasarımı, belirli bir ürünü veya mesajı, görsel ve metinsel öğeleri kullanarak hedef kitleye iletmeyi amaçlayan grafik tasarımın bir dalıdır. Üçüncü vaka çalışmasında afiş tasarım alanı seçilerek Dall-e'nin görsel üretimdeki illüstratif becerilerinin değerlendirilmesini amaçlanmıştır. Dall-e'nin oluşturduğu illüstrasyonları tipografiyle nasıl birleştirdiği ve bu tasarım öğeleriyle tasarım kriterlerine uygun şekilde tasarımlar gerçekleştirip gerçekleştirmediği üzerine odaklanılmıştır.

Bu bağlamda, görüşmeler öncesinde tasarımcılara sunulmak üzere her bir alan için tasarım briefleri hazırlanmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler değerlendirilmiş ve katılımcıların yapay zekâ uygulaması kullanarak oluşturdukları görsel çıktılar, katılımcıların görüşleriyle birlikte sunulmuştur.

4.8.1 Vaka Çalışması I: Fika Çikolata Markası İçin Yapay Zekâ Destekli Logo Tasarımı

Bu çalışmada, 'Fika' çikolata markası için yapay zekâ destekli logo tasarımına ilişkin 7 vaka çalışması yapılmıştır. Çalışmada, bir yapay zekâ uygulaması olan Dall-e'nin logo tasarım sürecinde kullanımı ve tasarımcıların üzerindeki etkisi incelenmiştir. Verilen brief doğrultusunda minimalist ve basit bir tasarım yaklaşımı kullanan tasarımcılar, modern, çekici ve akılda kalıcı bir logo üretme hedefinden yola çıkarak marka için bu doğrultuda promptlar oluşturmuşlardır. Bu bölümde tasarımcıların yapay zekâ ile etkileşimleri, promptlar doğrultusunda ortaya çıkan görsel çıktılar ve tasarımcıların bu çıktılara bakış açıları incelenmiştir.

Bu doğrultuda, aşağıda vaka çalışması sırasında tasarımcılar tarafından Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak üretilmiş görsel çıktılar ile birlikte prompları verilmiştir.

Bu çalışma için tasarımcılar, logo tasarım brief doğrultusunda üç ayrı prompt oluşturmuş ve her bir promptu üç kez Dall-e yapay zekâ uygulamasına girerek toplam 9 tane görsel üretim gerçekleştirmiştir. Dall-e tarafından oluşturulan bu görsel çıktılar arasından tasarımcının en çok tasarım kriterlerine uyan üç logo seçilmiş ve değerlendirilmiştir.

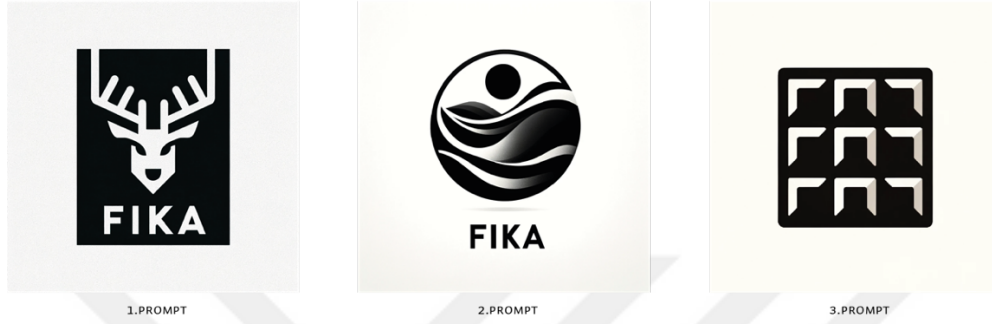
4.8.1.1 Katılımcı A

Çalışma öncesinde katılımcı A'nın logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Create a graphically flat vector logo featuring a sharp and clear minimal deer head. 'Fika' should be written under the emblem in clear and sharp typography. The color scheme should be black and white with increased contrast for a modern look.”* (“Keskin ve net minimal bir geyik kafası içeren grafiksel olarak düz bir vektör logo oluşturun. Ambblemin altında net ve keskin bir tipografiyle 'Fika' yazılmalı. Renk düzeni, modern bir görünüm için kontrastı artırılmış siyah ve beyaz olmalıdır.”) (Şekil 4.2, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Create an image of a single mountain with a round form in a fluid and minimal style. The design should be in black, with smooth transitions and a flowing aesthetic that conveys the elegance and simplicity of a mountain range. Aim for a serene and artistic impression, with the mountain appearing abstract yet identifiable. The artwork should have a flat, vector-style design. Below the mountain, include the word 'Fika' written in a sharp, distinct font, contributing to the overall minimalist and stylish presentation.”* (“Akıcı ve minimal bir tarzda yuvarlak bir forma sahip tek bir dağ görüntüsü oluşturun. Tasarım siyah renkte olmalı, yumuşak geçişler içermeli ve bir dağ silsilesinin zarafetini ve sadeliğini yansıtan akıcı bir estetiğe sahip olmalıdır. Dağın soyut ancak tanımlanabilir görüldüğü dingin ve sanatsal bir izlenim hedefleyin. Resim düz, vektör tarzı bir tasarıma sahip olmalıdır. Dağın altında, genel minimalist ve şık sunuma katkıda bulunacak şekilde, keskin ve farklı bir yazı tipiyle yazılmış 'Fika' kelimesi yer almalıdır.”) (Şekil 4.2, ortadaki görsel)

Prompt: “Create a simplified and flat vector logo using black square geometric shapes for the chocolate brand 'Fika'. The design should be minimalist. Avoid complicated details.” (“Çikolata markası 'Fika' için siyah kare geometrik şekiller kullanarak basitleştirilmiş ve düz bir vektör logo oluşturun. Tasarım minimalist olmalı. Karmaşık detaylardan kaçının.”) (Şekil 4.2, sağdaki görsel)



Şekil 4.2 Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı, bu çalışmada genel olarak Dall-e'nin logo tasarımında tipografi ve detayları yeterince iyi yansıtmadığını, bu nedenle bazı sınırlamaları olduğunu belirtmiştir. Alınan görsel sonuçların bitmiş bir logo tasarımı olamayacağını belirterek Dall-e'yi tasarım sürecinin başlangıç aşamasında fikir üretmek için kullanışlı bulmuş, fakat bu aracın yaratıcılığı yönlendirebileceğini ve tasarımcının özgünlüğünü kısıtlayabileceği konusunda endişeleri olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, yapay zekanın logo tasarımı sürecinde tamamen bağımsız çalışamayacağı ve bir tasarımcı tarafından yönlendirilmesi gerektiğini ifade ederek bu durumun gelişen teknolojiyle birlikte, ileride belki değişebileceğini belirtmiştir.

4.8.1.2 Katılımcı B

Çalışma öncesinde katılımcı B'nin logo tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: “Design a minimalist logo for the 'F I K A' chocolate brand. The emblem should feature a visually weighted 'F' with soft transitions, capturing the fluidity reminiscent of chocolate. Craft the logo in a brown color with a vector-based structure. Beneath the emblem, include the 'F I K A' text in a sans-serif and

contemporary font.” ("F I K A" çikolata markası için minimalist bir logo tasarlayın. Amblem, çikolatayı anımsatan akışkanlığı yakalayan, yumuşak geçişlere sahip, görsel olarak ağırlıklı bir 'F' harfi içermelidir. Logoyu kahverengi renkte ve vektör tabanlı bir yapıda oluşturun. Amblemın altında, sans-serif ve çağdaş bir yazı tipinde 'F I K A' metni yer almalıdır.") (Şekil 4.3, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Logo design for 'Fika' chocolate company, featuring a central, stylized image of a hazelnut. The design is minimalist with clean lines and sharp contrasts in brown and white colors. The hazelnut is rendered in a simple yet elegant style that captures the premium and natural qualities of the brand. Below the image of the walnut, the letters 'F I K A' are written in a stylish, modern font, with adequate spacing to ensure legibility and a harmonious balance with the emblem above.”* ("Fika" çikolata şirketi için merkezi, stilize bir fındık görüntüsü içeren logo tasarımı. Tasarım, kahverengi ve beyaz renklerde temiz çizgiler ve keskin kontrastlarla minimalisttir. Fındık, markanın birinci sınıf ve doğal niteliklerini yansıtan sade ama zarif bir tarzda işlenmiş. Ceviz resminin altında, 'F I K A' harfleri şık, modern bir yazı tipiyle, okunabilirliği ve yukarıdaki amblemle uyumlu bir dengeyi sağlamak için yeterli aralıklarla yazılmıştır.") (Şekil 4.3, ortadaki görsel)

Prompt: *“Vector illustration of a minimalistic 'F' emblem with gentle, flowing curves and round edges, suggesting calmness and a touch of luxury. The emblem is rendered in a brown with undertones, set against a stark background to emphasize its simplicity and elegance.”* ("Sakinliği ve lüks bir dokunuşu çağrıştıran, yumuşak, akıcı kıvrımlara ve yuvarlak kenarlara sahip minimalist bir 'F' ambleminin vektör illüstrasyonu. Amblem, sadeliğini ve zarafetini vurgulamak için sade bir arka plana yerleştirilmiş, alt tonları olan bir kahverengi ile işlenmiştir.") (Şekil 4.3, sağdaki görsel)



1.PROMPT

2.PROMPT

3.PROMPT

Şekil 4.3 Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı, Dall-e'nin logo tasarımında tipografi ve detayları tam olarak birleştiremediğini, bu nedenle bazı sınırlamaları olduğunu belirtmiştir. Özellikle logoların minimalist ve anlaşılır olması gerektiğine vurgu yaparak, Dall-e'nin bu konudaki eksikliklerini dile getirmiştir. Dall-e'yi tasarım sürecinin başlangıç aşamasında fikir üretmek için kullanışlı bulan katılımcı, yaratıcılığı yönlendirebileceğini ve tasarımcının özgünlüğünü kısıtlayabileceğini düşündüğünü belirtmiştir. Ayrıca, yapay zekanın logo tasarımı sürecinde tamamen bağımsız çalışamayacağı ve bir tasarımcı tarafından yönlendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

4.8.1.3 Katılımcı C

Çalışma öncesinde katılımcı C'nin logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a stylish and elegant logo for 'FİKA', a chocolate company. The logo should incorporate a minimalist chocolate emblem, crafted with clear and thin lines, and the company name 'Fika' should be displayed below it in a modern font. The background color should be white, with the emblem and text in metallic gold.”* (*"Bir çikolata şirketi olan 'FİKA' için şık ve zarif bir logo tasarlayın. Logo, net ve ince çizgilerle hazırlanmış minimalist bir çikolata amblemi içermeli ve şirket adı 'Fika' modern bir yazı tipiyle altında gösterilmelidir. Arka plan rengi beyaz olmalı, amblem ve metin metalik altın renginde olmalıdır."*) (Şekil 4.4, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Minimal logo design for chocolate company Fika, use black, brown and white background, create an emblem with linear patterns inside a round form. The company name 'Fika' should be displayed below it in a modern font.”* (*"Çikolata şirketi Fika için minimal logo tasarımı, siyah, kahverengi ve beyaz arka plan kullanın, yuvarlak bir form içinde doğrusal desenlerle bir amblem oluşturun. Şirket adı 'Fika' modern bir yazı tipiyle altında gösterilmelidir."*) (Şekil 4.4, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a logo featuring a square chocolate seal made with fine and elegant golden lines, with the word 'Fika' written below it in a modern, sharp-edged font also in gold. The background should be velvet brown, creating a rich and luxurious appearance befitting a high-end chocolate company.”* (*"İnce ve zarif altın çizgilerle"*

yapılmış kare bir çikolata mührü içeren bir logo tasarlayın, altında yine altın renginde modern, keskin kenarlı bir yazı tipiyle 'Fika' kelimesi yazılı olsun. Arka plan kadife kahverengi olmalı ve üst düzey bir çikolata şirketine yakışan zengin ve lüks bir görünüm yaratmalıdır.”) (Şekil 4.4, sağdaki görsel)



Şekil 4.4 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı, Dall-e yapay zekâ aracının logo tasarımında bazı yönlerden sınırlı olduğunu ve tam olarak tasarım vizyonunu yakalayamadığını ifade etmiştir. Genel olarak Dall-e'nin yazılan promptların karşılığını verdiğini ancak logoda rengi ve formu beklediği şekilde yansıtamadığını, tipografik kullanımda yetersiz kaldığını belirtmiştir. Fakat fikir üretme ve tasarım sürecinin başlangıç aşamalarında faydalı olabileceği ekleyerek sonuçları doğrudan etkileyen prompt yazımının önemine vurgu yapmış, tasarımcıların mesleki terminolojiye hakimiyetinin bu süreci yönlendirmede kritik olduğunu söylemiştir.

4.8.1.4 Katılımcı D

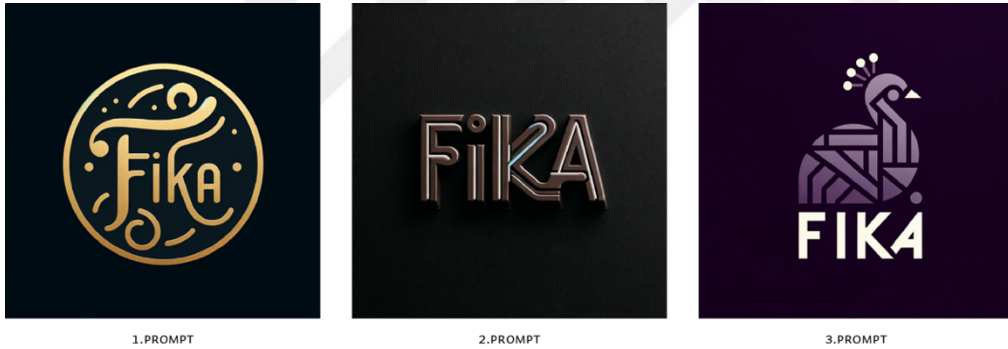
Çalışma öncesinde katılımcı D'nin logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: “Create a logotype featuring the letter “F” with swashed font. “Fika” should be written under the F letter in modern typography. The color style should be black as a background and gold as an emboss effect for an elegance look.” (Eğik süslü yazı tipiyle “F” harfini içeren bir logo oluşturun. F harfinin altına modern tipografiyle

"Fika" yazılmalıdır. Renk stili, şık bir görünüm için arka plan olarak siyah ve kabartma efekti olarak altın olmalıdır.) (Şekil 4.5, soldaki ilk görsel)

Prompt: "Design a typographic logo for a luxury chocolate brand. "Fika" should be written in Small caps letters with inline style modern looking serif typeface. The color scheme should be black and white." (Lüks bir çikolata markası için tipografik bir logo tasarlayın. "Fika" küçük büyük harflerle ve modern görünümlü serif yazı karakteri ile yazılmalıdır. Renk düzeni siyah ve beyaz olmalıdır.) (Şekil 4.5, ortadaki görsel)

Prompt: "Design a vector logo featuring a minimal and stylized peacock. "fika" should be written under the icon with geometric monospace typography. The color scheme should be dark purple as referring the luxury." (Minimal ve stilize bir tavus kuşu içeren vektörel bir logo tasarlayın. Simgenin altında geometrik monospace tipografi ile "fika" yazılmalıdır. Renk düzeni lükse atıfta bulunacak şekilde koyu mor olmalıdır.) (Şekil 4.5, sağdaki görsel)



Şekil 4. 5 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı D, genel olarak Dall-e'nin logo tasarımı için promptta belirtilen serifli yazı karakterini tam olarak kavrayamadığını ve istenilen tipografik detayları tam olarak yansıtamadığını belirtmiştir. Fakat, 2. promptta K ve A harflerinin lekese çözümü ve istenilen efektin uygulanması açısından Dall-e'nin bazı yaratıcı çözümler sunabildiğini, promptta belirtilmeyen bazı formların üretilmesinin, tasarım sürecinde yeni fikirlerin oluşumunu sağlayabileceğini söylemiştir. Ayrıca, katılımcı son promptta elde edilen sonuçta Dall-e'nin tipografi ve amblem ile uyumlu bir kompozisyon oluşturduğunu, harf aralarındaki boşlukları Dall-e'nin dengeli bir şekilde kullandığını belirtmiş, promptta belirttiği dark-purple (koyu-mor) rengini zemin olarak

düşündüğünü, fakat Dall-e'nin bu renk seçimini logonun geneline uyguladığı belirterek bunun oluşturduğu promptla ilişkili olabileceğini ifade etmiştir.

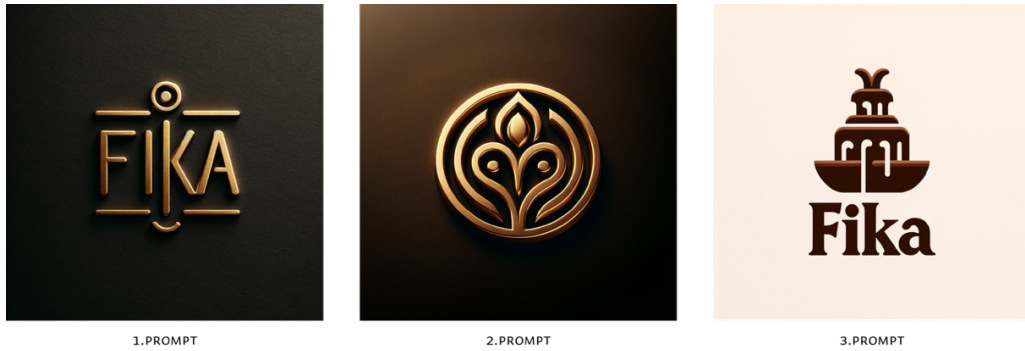
4.8.1.5 Katılımcı E

Çalışma öncesinde katılımcı E'nin logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a logotype for a minimalist and luxury chocolate brand called Fika. Primary color is gold.”* (Fika adlı minimalist ve lüks bir çikolata markası için bir logo tasarlayın. Ana renk altındır.) (Şekil 4.6, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a logo for a minimalist and luxury chocolate brand called Fika. Primary color is gold. Emblem”* (Fika adlı minimalist ve lüks bir çikolata markası için bir logo tasarlayın. Ana renk altındır. Amblem) (Şekil 4.6, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a simple chocolate fountain logotype for luxury chocolate brand called Fika. Brown color.”* (Fika adlı lüks çikolata markası için basit bir çikolata çeşmesi logosu tasarlayın. Kahverengi renk.) (Şekil 4.6, sağdaki görsel)



Şekil 4. 6 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı E, Dall-e'nin logo tasarımı için oluşturduğu görsellerde kusurlar olmasına rağmen bir yapı oluşturmaya çalıştığını ifade etmiştir. Oluşturulan logolarda özellikle okunurluk problemleri olduğunu ve tipografik kullanımın iyi olmadığını belirterek elde edilen logo görsellerinin kullanılabilirliği açısından çok verimli olmadığını ama belki yazılan promptların detaylandırılması ile daha verimli sonuçların elde

edilebileceğini söylemiştir. Katılımcı özellikle üçüncü promptunda belirttiği lüks kavramının karşılığını oluşturulan görsellerde alamasada illüstratif açıdan daha başarılı bir sonuç elde ettiğini belirtmiştir. Genel olarak, Dall-e'nin logo tasarım aşamasında fikir edinmek için faydalı olabileceğini fakat direkt bir tasarım sonucu alma konusunda şimdilik başarılı olmadığını ifade etmiştir.

4.8.1.6 Katılımcı F

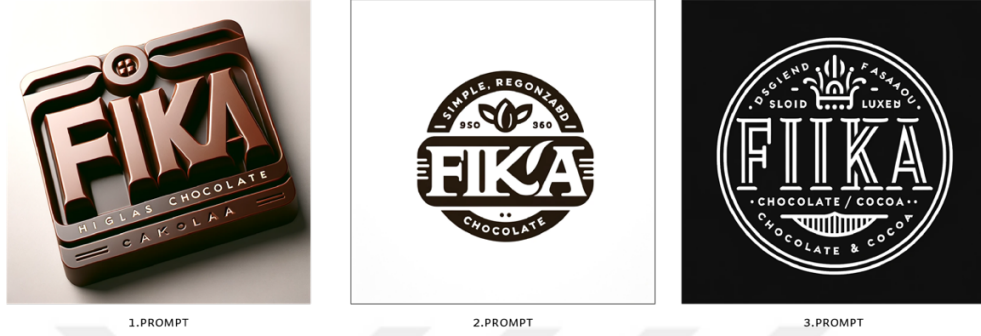
Çalışma öncesinde katılımcı F'nin logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a modern and brave logo for a common chocolate brand named 'Fika'. The key color can be brown or red, and the typographic style is visually appealing, thick and sans-serif. It should be only logotype, don't add any emblem. Consider it is a high-class market product for the high-segment customer.”* (Yaygın bir çikolata markası için modern ve cesur bir logo tasarlayın 'Fika'. Ana renk kahverengi veya kırmızı olabilir ve tipografik stil görsel olarak çekici, kalın ve sans-serif. Sadece logotype olmalı, herhangi bir şey eklemeyin amblemi. Yüksek segment için yüksek sınıf bir pazar ürünü olduğunu düşünün Müşteri.) (Şekil 4.7, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a simple, recognizable and modern logo for a popular chocolate brand named 'Fika'. The key color can be brown or black, and the typographic style is extended and solid. It can incorporate an emblem related to cocoa and nut. Consider it is a luxury product for variety of ages.”* (Popüler bir çikolata markası olan 'Fika' için basit, tanınabilir ve modern bir logo tasarlayın. Anahtar renk kahverengi veya siyah olabilir ve tipografik stil genişletilmiş ve sağlam. İlgili bir amblem içerebilir kakao ve fındık için. Çeşitli yaşlar için lüks bir ürün olduğunu düşünün.) (Şekil 4.7, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a solid, clean and luxury logo for a distinguished chocolate/cocoa brand named 'Fika'. The key color will be black, and the typographic style will be modern and fashionary. It will include an emblem resembles luxury and prosperity. Consider it is a high-quality product for the general customer.”* (Seçkin bir

çikolata/kakao firması için sağlam, temiz ve lüks bir logo tasarlayın 'Fika' adında bir marka. Ana renk siyah olacak ve tipografik stil modern ve modaya uygun olacak. Lüksü andıran bir amblem içerecek ve refah. Genel müşteri için yüksek kaliteli bir ürün olduğunu düşünün.) (Şekil 4.7, sağdaki görsel)



Şekil 4. 7 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı F, Dall-e'nin logo tasarım sürecinde ürettiği görsellerin grafiksel açıdan zayıf olduklarını ve bu aşamada bize tematik görseller sunduğunu ifade etmiştir. Katılımcı yazdığı promptta belirttiği modernlik kavramının Dall-e tarafından algılanmadığını oluşturulan görsellerin istenilenin dışında daha dekoratif olduğunu belirterek Dall-e'ye bu kavramların daha net bir şekilde ifade edilmesi gerektiğini söylemiştir. Katılımcı, üretilen görsellerde Dall-e'nin nihai sonuçları veremediğini belirtmiş nihai sonuca ulaşmak için insan müdahalesinin olması gerektiğini vurgulamıştır. Ancak Dall-e'nin tasarım süreçlerinde fikir alma aşamasında kullanılabilecek iyi bir tasarım aracı olduğunu ifade ederek kendisinin de normal tasarım süreçlerinde yapay zekâyı bu amaçla kullandığını belirtmiştir.

4.8.1.7 Katılımcı G

Çalışma öncesinde katılımcı G'nin logo tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a logo named "Fika" which is a small startup chocolatier by using all the letters in the name. The look of the logo must be elegant, chic and catchy. Use the letter; "F" as the symbol of the shop. The target groups' ages are around 18-45. The colour palette of the logo must be brownish and gold.”* (Küçük bir çikolataçı olan

"Fika" için isimdeki tüm harfleri kullanarak bir logo tasarlayın. Logonun görünümünü zarif, şık ve akılda kalıcı olmalıdır. Dükkânın sembolü olarak "F" harfini kullanın. Hedef kitlenin yaş aralığı 18-45 civarındadır. Logonun renk paleti kahverengimsi ve altın rengi olmalıdır.) (Şekil 4.8, soldaki ilk görsel)

Prompt: "Design a logo for a chocolate brand, named "Fika". This is a new brand which has very elegant approach on their quality chocolates. Use a san-serif typeface in the logo and use only capital letters. The feeling of the logo must be chic and simple. Use only dark blue colours. Use some positive tracking in between each letter." ("Fika" isimli bir çikolata markası için logo tasarımı. Marka kaliteli çikolatalarında çok zarif bir yaklaşıma sahip yeni bir markadır. Logoda san-serif yazı karakteri kullanın ve sadece büyük harfler kullanın. Logonun hissi şık ve sade olmalıdır. Sadece koyu mavi renkleri kullanın. Her harf arasında biraz pozitif izleme kullanın.) (Şekil 4.8, ortadaki görsel)

Prompt: "Design a logo for very chic and modern looking chocolatier based in İstanbul only. And there is only one small minimalist shop. The prices of the chocolates are very expensive because of their unique forms and the quality of the cacao. The logo has to be designed by using the letters; F, I, K, A. The logo should have a shape of a square and duotone of very contrast and vibrant colours." (Sadece İstanbul'da bulunan çok şık ve modern görünümlü bir çikolataçı için logo tasarlayın. Ve sadece bir küçük minimalist dükkanları var. Çikolataların fiyatları, eşsiz formları ve kakao kalitesi nedeniyle çok pahalı. Logo F, I, K, A harfleri kullanılarak tasarlanmalıdır. Logo kare şeklinde ve çok kontrast ve canlı renklerden oluşan bir duotone olmalıdır.) (Şekil 4.8, sağdaki görsel)



Şekil 4.8 Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı G, Dall-e'nin logo mantığını bilmediğini ve oluşturduğu görsellerin daha resimsel olduğunu ifade etmiştir. Dall-e'nin oluşturduğu logo görsellerini, sadelikten uzak, süslemeci bir şekilde oluşturduğunu belirtmiş ve bunun logo tasarımı için işlevsel bir yapı olmadığını söylemiştir. Ayrıca katılımcı, yazdığı promptlarda belirtmemesine rağmen Dall-e'nin oluşturduğu logo görsellerine gereksiz elemanlar eklediğini ifade ederek Dall-e'nin tipografiyi tam olarak algılayamadığını ve yazınsal hataların olduğunu söylemiştir. Katılımcı promptlarında belirttiği kavramların tam olarak karşılığını alamadığını da ifade ederek süreç içerisinde oluşturulan görsellerin nihai tasarım sonuçları olarak değerlendirilemeyeceğini söylemiştir.

4.8.2 Vaka Çalışması II: Fika Çikolata Markası İçin Yapay Zekâ Destekli Ambalaj Tasarımı

Bu çalışmada, 'Fika' çikolata markası için yapay zekâ destekli ambalaj tasarımına ilişkin 7 vaka çalışması yapılmıştır. Çalışmada, bir yapay zekâ uygulaması olan Dall-e'nin ambalaj tasarımı sürecinde kullanımı ve tasarımcıların üzerindeki etkisi incelenmiştir. Verilen brief doğrultusunda tasarımcılardan Fika çikolatasının kalitesini ve özgünlüğünü yansıtan lüks bir ambalaj tasarımı oluşturulması istenmiştir. Briefte ambalajın ön yüzeyinde Fika yazısının belirgin bir şekilde yer alması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, çikolatanın çeşidine (bitter, sütlü, fındıklı vb.) göre renk kodlaması yapılabileceği belirtilerek tasarımcılardan, markanın lüks ve kaliteli imajına uygun bir şekilde tasarımlar oluşturulması talep edilmiştir.

Bu doğrultuda, aşağıda vaka çalışması sırasında tasarımcılar tarafından Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak üretilmiş görsel çıktılar ile birlikte prompları verilmiştir. Bu çalışma için tasarımcılar, ambalaj tasarım briefi doğrultusunda üç ayrı prompt oluşturmuş ve her bir promptu üç kez Dall-e yapay zekâ uygulamasına girerek toplam 9 tane görsel üretim gerçekleştirmiştir. Dall-e tarafından oluşturulan bu görsel çıktılar arasından tasarımcının en çok tasarım kriterlerine uyan 3 ambalaj tasarımı seçilmiş ve tasarımcıların bu alandaki genel değerlendirmeleri ile birlikte sunulmuştur.

4.8.2.1 Katılımcı A

Çalışma öncesinde katılımcı A'nın ambalaj tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Create a chocolate packaging design in vector illustration style with elements reflecting the architectural features of Swedish cities. The word 'Fika' must be clearly displayed on the packaging. Colors should be used with a harmonious composition of pastel and cold tones.”* (“İsveç şehirlerinin mimari özelliklerini yansıtan unsurlarla vektör illüstrasyon tarzında bir çikolata ambalajı tasarımı oluşturun. 'Fika' kelimesi ambalaj üzerinde açıkça gösterilmelidir. Renkler pastel ve soğuk tonların uyumlu bir bileşimi ile kullanılmalıdır.”) (Şekil 4.9, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Create a chocolate bar with deer luxury packaging for the Fika chocolate company. The packaging must have Fika written on it and have a minimal design.”* (“Fika çikolata şirketi için geyik lüks ambalajlı bir çikolata yaratın. Ambalajın üzerinde Fika yazmalı ve minimal bir tasarıma sahip olmalıdır.”) (Şekil 4.9, ortadaki görsel)

Prompt: *“Create a packaging design for Fika Chocolate using the Morandi color scheme and geometric forms. Use geometric shapes to give the packaging a modern and stylish look. The word Fika should be written in visible modern typography on the packaging.”* (“Morandi renk şemasını ve geometrik formları kullanarak Fika Chocolate için bir ambalaj tasarımı oluşturun. Ambalaja modern ve şık bir görünüm kazandırmak için geometrik şekiller kullanın. Fika kelimesi ambalaj üzerinde görünür modern tipografi ile yazılmalıdır.”) (Şekil 4.9, sağdaki görsel)



Şekil 4.9 Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı, ambalaj tasarımında Dall-e'nin kompozisyon kurgusunu başarılı bulduğunu, afiş ve logoya göre iyi bir düzenleme yaptığını belirtmiştir. Dall-e'nin tipografinin ve illüstrasyonun ilişkisini daha başarılı oluşturulduğunu, mükemmel olmasa da geliştirilebilir bir yapıda sunulduğunu düşünmektedir. Genel olarak, Dall-e'nin ambalaj tasarımı konusunda daha iyi performans gösterdiğini, renk ve doku kullanımında başarılı olduğunu, illüstratif yaklaşımlarda çikolata referanslarını kuvvetli bir şekilde yansıttığını ve vektörel gölgelendirmede parlaklık hissi verebildiğini dile getirmiştir. Tasarım süreçlerinde Dall-e'nin, özellikle başlangıç aşamasında ilham verici olabileceğini ve farklı konseptlerin denemesinde zaman kazandırabileceğini vurgulamıştır. Katılımcı, ambalaj tasarımının finale yaklaşan aşamalarında Dall-e'nin yeterli olmadığını, ancak şu an için ilk süreçteki eskiz aşamasını hızlandığını ve farklı konseptleri denemede yardımcı olabileceğini ifade etmiştir. Ayrıca, Dall-e tarafından üretilen görsellerin üç boyutlu mockup olarak sunulmasının, tasarımcılara ambalajın piyasaya çıkış öncesi hali hakkında öngörü sağladığını ve bu durumun tasarımcının ekstra çaba sarf etmeden tasarımın son halini görmesine olanak tanıdığını ifade etmiş ve bunun tasarım sürecindeki iş yükünü hafifleten bir avantaj olarak görmüştür. Ancak katılımcı, özgünlük konusunda bazı endişeler taşıdığını belirtmiş ve bir tasarımcının özgün tasarım oluşturma yeteneğinin, yapay zekâ kullanımıyla olumsuz etkileyebileceğini ifade etmiştir.

4.8.2.2 Katılımcı B

Çalışma öncesinde katılımcı B'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *"Photo of a chocolate bar packaging design for 'Fika' with a Nordic minimalist theme. The packaging showcases geometric illustrations of mountains and snow, incorporating pastel shades of blue and white. The lower part of the packaging features a subtle pattern of abstract flowers, in a contrasting warm gold color, to symbolize the warmth amidst the cold Nordic landscape."* (*"Fika" için İskandinav minimalist temalı bir çikolata ambalajı tasarımının fotoğrafı. Ambalaj, mavi ve beyazın pastel tonlarını içeren geometrik dağ ve kar illüstrasyonlarını sergiliyor. Ambalajın alt kısmında, soğuk İskandinav manzarasının ortasında sıcaklığı sembolize*

etmek için kontrast oluşturan sıcak altın renginde soyut çiçeklerden oluşan ince bir desen yer alıyor.”) (Şekil 4.10, soldaki ilk görsel)

Prompt: “FIKA chocolate packaging, featuring a minimalist design with clean lines and precise detailing. The design utilizes a palette of cold pastel colors to convey a sense of sophistication and simplicity. The packaging prominently displays the FIKA logo and hazelnut graphics, with a balance of negative space to emphasize the product's premium quality.” (“FIKA çikolata ambalajı, temiz hatlara ve hassas detaylara sahip minimalist bir tasarım. Tasarımda sofistike ve sade bir his uyandırmak için soğuk pastel renklerden oluşan bir palet kullanılıyor. Ambalaj, ürünün üstün kalitesini vurgulamak için negatif alan dengesiyle FIKA logosunu ve fındık grafiklerini belirgin bir şekilde sergiliyor.”) (Şekil 4.10, ortadaki görsel)

Prompt: “Design illustrator for Scandinavian style mint chocolate, dark chocolate, milk chocolate for Fika chocolate brand, each with a different story and minimalist modern geometric packaging design” (“Fika çikolata markası için İskandinav tarzı naneli çikolata, bitter çikolata, sütlü çikolata, her birinin farklı bir hikayesi ve minimalist modern geometrik ambalaj tasarımı için tasarım illüstratörü”) (Şekil 4.10, sağdaki görsel)



Şekil 4.10 Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Çalışmaya katılan tasarımcı, Fika kelimesinin anlamından yola çıkarak İskandinav tarzına uygun minimal tasarımlar oluşturmak istediğini ve bu doğrultuda promptlar hazırladığını belirterek, Dall-e'nin bu tarzı ambalaj tasarımında başarıyla oluşturduğunu ifade etmiştir. Özellikle, oluşturulan tasarım detaylarının ve baskı tekniklerinin kullanımının etkileyici olduğunu dile getirmiştir.

Ayrıca tasarımcı, Dall-e'nin oluşturduğu ambalaj görsellerinin piyasadaki duruşuna dair iyi bir fikir verdiğini, hızlı ve pratik bir şekilde mock-up görseller sunarak tasarım sürecini kolaylaştırdığını ve zaman tasarrufu sağladığını belirtti. Tasarımcı, Dall-e'nin ambalaj tasarımlarında özellikle renk, illüstrasyon ve baskı tekniklerinde oldukça başarılı olduğunu belirtmiş, tipografik ve kompozisyonel dengede bazen zorlandığını ifade etmiştir.

4.8.2.3 Katılımcı C

Çalışma öncesinde, katılımcı C'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a modern packaging pattern for the Fika chocolate brand. The pattern should feature gold linear designs, overlaid on a background that incorporates both velvet brown and blue hues. The aesthetic must be contemporary, with an emphasis on elegance and simplicity suitable for chocolate products. Fika text should be composed on the packaging in a modern way.”* (“Fika çikolata markası için modern bir ambalaj deseni tasarlayın. Desen, hem kadife kahverengi hem de mavi tonları içeren bir arka plan üzerine yerleştirilmiş altın çizgisel tasarımlar içermelidir. Estetik, çikolata ürünlerine uygun zarafet ve sadeliğe vurgu yaparak çağdaş olmalıdır. Fika metni ambalaj üzerinde modern bir şekilde oluşturulmalıdır.”) (Şekil 4.11, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a modern packaging pattern for the Fika chocolate brand. Should be luxury, simple, classic, vintage, brand packaging for fika chocolate company.”* (“Fika çikolata markası için modern bir ambalaj deseni tasarlayın. Lüks, sade, klasik, vintage, fika çikolata şirketi için marka ambalajı olmalıdır.”) (Şekil 4.11, ortadaki görsel)

Prompt: *“The packaging graphic design of Fika chocolate company, requires simplicity and elegance, with chocolate plant patterns and exquisite packaging”* (“Fika çikolata firmasının ambalaj grafik tasarımı, çikolata bitkisi desenleri ve zarif ambalajlarıyla sadelik ve zarafet gerektiriyor”) (Şekil 4.11, sağdaki görsel)



Şekil 4.11 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Çalışmaya katılan tasarımcı, Dall-e'nin ambalaj tasarımında lüks ve zengin bir hissiyat yaratma konusunda genellikle başarılı sonuçlar elde ettiğini belirtti. Tasarımcı, Dall-e'nin özellikle altın ve kahverengi renkleri iyi algılayıp kullandığını promptlarda belirtilen süslü ve detaylı illüstrasyonları başarılı bir şekilde oluşturduğunu belirtti. Dall-e'nin iyi kompozisyonlar oluşturabildiğini, fakat bazen gereksiz eklemeler yaparak oluşturduğu kompozisyonu bozulabildiğini de ifade etti. Genel olarak, Dall-e'nin ambalaj tasarımda sunduğu fikir çeşitliliğini ve hızlı görsel üretimini başarılı bulmuştur.

4.8.2.4 Katılımcı D

Çalışma öncesinde, katılımcı D'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Create a packaging design for luxury chocolate brand. Use gold color to convey a elegance and create a seamless monogram pattern as a background of the package. "Fika" logo must appear prominently on the front of the packaging in black square.”* (Lüks çikolata markası için bir ambalaj tasarımı oluşturun. Zarafeti yansıtmak için altın rengi kullanın ve ambalajın arka planı olarak kesintisiz bir monogram deseni oluşturun. "Fika" logosu ambalajın ön tarafında siyah kare içinde belirgin bir şekilde görünmelidir.) (Şekil 4.12, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Create a packaging design for chocolate brand which's target audience is 18-45. Use abstract geometric form divided the package into grids with the complimentary colors for appealing looking. "Fika" logo must appear prominently on the front of the packaging with modern typography.”* (Hedef kitlesi 18-45 yaş arası

olan çikolata markası için bir ambalaj tasarımı oluşturun. ekici bir görünüm için ambalajı tamamlayıcı renklerle ızgaralara blen soyut geometrik form kullanın. "Fika" logosu modern tipografi ile ambalajın n tarafında belirgin bir şekilde grnmelidir.) (şekil 4.12, ortadaki görsel)

Prompt: "Create a packaging design for chocolate brand which is well known for its good product quality product. Use purple color to codify dark chocolate especially "%90" should be written as a focal point. "Fika" logo must appear on the front of the packaging with secondary in hierarchical order." (İyi rn kalitesiyle tanınan çikolata markası için bir ambalaj tasarımı oluşturun. Bitter ikolatayı kodlamak için mor renk kullanın, özellikle "%90" odak noktası olarak yazılmalıdır. "Fika" logosu hiyerarşik sırayla ikincil olarak ambalajın ön tarafında görünmelidir.) (şekil 4.12, sağdaki görsel)



şekil 4.12 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun ıktısı.)

Katılımcı D, yazdığı promptlar kapsamında Dall-e'nin ambalaj tasarımı alanı için güzel sonuçlar ürettiğini belirtmiştir. Dall-e'nin, promptlarda belirtilen çoğu bilginin karşılığını tam olarak veremesede yakın sonuçlar ürettiğini ve özellikle oluşturduğu ambalajların üzerinde kurduğu grid yapılarının iyi olduğunu, boşlukları dengeli bir şekilde kullandığını ve işlevsel bir yapı sunduğunu fakat bazen fazla süslemeci bir yapı oluştunduğunu söylemiştir. Ayrıca promptlarda belirtilmemesine rağmen Dall-e'nin ambalajın üzerinde bir logo olması gerektiğini bildiğini ve bize bu doğrultuda ambalaj ile birlikte bir logo tasarımı da sunduğunu belirterek, renk kullanımının da iyi olduğunu ifade etmiştir.

4.8.2.5 Katılımcı E

Çalışma öncesinde, katılımcı E'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Create packaging design for luxury chocolate brand called Fika. Use gold and dark colors to convey elegant and luxury feeling.”* (Fika adlı lüks çikolata markası için ambalaj tasarımı oluşturun. Zarif ve lüks hissi vermek için altın ve koyu renkler kullanın.) (Şekil 4.13, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Create minimal packaging design for luxury chocolate brand called Fika. Use gold foil and dark green colors.”* (Fika adlı lüks çikolata markası için minimal ambalaj tasarımı oluşturun. Altın varak ve koyu yeşil renkler kullanın.) (Şekil 4.13, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a modern and luxury chocolate packaging, colors attractive include warm and inviting tones like shades of brown, gold, cream, and light pastels. colors to evoke feelings of comfort and indulgence, which align well with the creamy and sweet nature of milk chocolate.”* (Modern ve lüks bir çikolata ambalajı tasarlarken kahverengi, altın, krem ve açık pastel tonları gibi sıcak ve davetkar renkleri tercih edin. Konfor ve hoşgörü hissi uyandıran bu renkler, sütlü çikolatanın kremi ve tatlı doğasıyla da uyumludur.) (Şekil 4.13, sağdaki görsel)



Şekil 4.13 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı E, Dall-e'nin ambalaj tasarımı için verdiği sonuçların iyi olduğunu, özellikle ambalajın üzerinde oluşturduğu grid yapısı ile tipografik kullanımda başarılı bir sonuç

verdiğini belirtmiş promptları çok genel yazmasına rağmen aldığı sonuçların verimli olduğunu ifade etmiştir. Özellikle ambalaj tasarımında ürünleri mock-uplayıp sunmasının tasarımcı için oldukça işlevsel olduğunu ve gerçek hayatta oluşturulmak istenen tasarımı hayal etmeyi kolaylaştırdığını ve süreci hızlandığını söylemiştir. Dall-e ile oluşturulan ambalajların dikkat çekici olmasının iyi bir durum olduğunu yinede üretilen işlerde bazı sorunların özellikle tipografik kullanımda eksikliklerin olmasından dolayı bir tasarımcı müdahalesinin olması gerektiğini vurgulamıştır.

4.8.2.6 Katılımcı F

Çalışma öncesinde, katılımcı F'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: “-Design a modern high-class packaging for a luxury chocolate brand named 'Fika'. The key color will be red, the secondary color will be white and the packaging style is confident, catchy expensive. The packaging will incorporate abstract patterns. Consider it is a high-class market product for the high-segment customer.” (-'Fika' adlı lüks bir çikolata markası için modern ve üst sınıf bir ambalaj tasarlayın. Ana renk kırmızı, ikincil renk beyaz olacak ve ambalajlama tarzı kendinden emin, akılda kalıcı ve pahalı olacaktır. Ambalajlar soyut kalıplar içerir. Aşağıdakiler için yüksek sınıf bir pazar ürünü olduğunu düşünün yüksek segmentli müşteri.) (Şekil 4.14, soldaki ilk görsel)

Prompt: “-Design a modern, elegant high-class packaging for a luxury chocolate brand named 'Fika' with nut and bitter flavors inside. The key colors are beige and brown, the packaging is expensive and high-class. The box package will resemble haute-couture fashion with its typography. Consider it is a high- class asset for the high-segment customer profile.” (Lüks bir çikolata için modern, zarif ve üst sınıf bir ambalaj tasarlayın İçinde fındık ve acı tatlar bulunan 'Fika' adlı marka. Anahtar renkler bej ve kahverengi, ambalaj pahalı ve yüksek sınıftır. Kutu paketi tipografisiyle haute-couture modasını andırıyor. Yüksek kaliteli olduğunu düşünün yüksek segmentli müşteri profili için birinci sınıf varlık.) (Şekil 4.14, ortadaki görsel)

Prompt: “Design a luxury, neat and modern packaging for a chocolate/cocoa brand named 'Fika' with coconut and vanilla-milk extracts inside. Use ultra-realistic melted chocolate images. The key colors are dark-blue, light-blue and white, the packaging is very modern and high-class. Create it in comparison with the Lindt or Toblerone. The package will incorporate glossy and shiny papers. Consider it as a Swiss-made chocolate for the high-segment customer profile.” ('Fika' isimli bir çikolata/kakao markası için içinde hindistan cevizi ve vanilya sütü özleri bulunan lüks, temiz ve modern bir ambalaj tasarlayın. Ultra gerçekçi kullanın eritilmiş çikolata görüntüleri. Ana renkler koyu mavi, açık mavi ve beyazdır, ambalaj çok modern ve üst sınıf. Aşağıdakilerle karşılaştırarak oluşturun Lindt veya Toblerone. Paket parlak ve ışıltılı kağıtlar içerecektir. Bunu yüksek segmentli müşteri profili için İsviçre yapımı bir çikolata olarak düşünün.) (Şekil 4.14, soldaki ilk görsel)



Şekil 4.14 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı F, Dall-e'nin ambalaj tasarımı için oluşturduğu görsellerde tasarımcıya nihai materyaller sunduğunu (kağıt kullanımı, malzeme seçimi gibi) ve bunu ilginç bulduğunu belirtmiştir. Dall-e'nin ambalaj tasarımı için oluşturduğu görsellerde illüstrasyon ve renk dengesinin iyi olduğunu bazı tasarım kararlarını alarak iyi layoutlar sunabildiğini ve bu doğrultuda verimli sonuçlar ürettiğini söylemiştir. Katılımcı ayrıca, yazdığı promptların genel olarak karşılığını aldığını özellikle detaylı yazdığı promptlarda istediği sonuca daha yakın çıktılar elde ettiğini belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin genel olarak ambalaj konusunda dikkat çekici görseller üretmesine rağmen yine de nihai sonuçları vermediğini nihai sonuca ulaşabilmek için bir tasarımcının gerekli noktalara müdahale etmesi gerektiğini vurgulayarak Dall-e'nin ambalaj tasarım alanında iyi bir eskiz aracı olarak kullanılabileceğini ifade etmiştir.

4.8.2.7 Katılımcı G

Çalışma öncesinde, katılımcı G'nin ambalaj tasarım briefi için yazdığı 3 prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a packaging design for the chocolate shop named "Fika" which is a small startup chocolatier by using all the letters in the name. The look of the logo must be elegant, chic and catchy. Use the letter; "F" as the symbol of the shop. The target groups' ages are around 18 - 45. The colour palette of the packaging must be brownish and gold. The main products of the shop are bitter, white and milk chocolate. So on the packaging this information must be written with a serif typeface.”* (Küçük bir girişim olan "Fika" isimli çikolata dükkanı için ismindeki tüm harfleri kullanarak bir ambalaj tasarımı yapın. Logonun görünümü zarif, şık ve akılda kalıcı olmalıdır. Dükkanın sembolü olarak "F" harfi kullanılmalıdır. Hedef kitlenin yaş aralığı 18 - 45 civarındadır. Ambalajın renk paleti kahverengimsi ve altın rengi olmalıdır. Mağazanın ana ürünleri bitter, beyaz ve sütlü çikolatadır. Dolayısıyla ambalaj üzerinde bu bilgiler serif yazı karakteri ile yazılmalıdır.) (Şekil 4.15, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a logo for a chocolate brand, named "Fika" on its own tablet packaging designs. This is a new brand which has very elegant approach on their quality chocolates. Use a sans-serif typeface in the logo and use only capital letters. The feeling of the packaging must be chic and simple. Use only dark blue colours with white. Use white space to give trust.”* ("Fika" adlı bir çikolata markası için kendi tablet ambalaj tasarımları üzerine bir logo tasarlayın. Bu, kaliteli çikolatalarında çok zarif bir yaklaşıma sahip yeni bir markadır. Logoda sans-serif yazı karakteri kullanın ve sadece büyük harfler kullanın. Ambalajın hissi şık ve sade olmalıdır. Sadece beyaz ile koyu mavi renkleri kullanın. Güven vermek için beyaz boşluk kullanın.) (Şekil 4.15, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a packaging design for a very chic and modern looking chocolatier based in İstanbul. The prices of the chocolates are very expensive because of their unique forms and the quality of the cacao. The logo has to be designed by using the*

letters; F, I, K, A. Each letter in the logo must have different vibrant colours and differs in each packaging. Logo must be in the middle of the packaging. On the packaging use some geometric forms (square, triangle, rectangular, etc.) to represent the shapes of the chocolates.” (İstanbul’da bulunan çok şık ve modern görünümlü bir çikolataçı için ambalaj tasarımı. Çikolataların fiyatları, eşsiz formları ve kakao kalitesi nedeniyle çok pahalıdır. Logo F, I, K, A harfleri kullanılarak tasarlanmalıdır. Logodaki her harf farklı canlı renklere sahip olmalı ve her ambalajda farklılık göstermelidir. Logo ambalajın ortasında yer almalıdır. Ambalaj üzerinde çikolataların şekillerini temsil etmek için bazı geometrik formlar (kare, üçgen, dikdörtgen, vb.) kullanılmalıdır.) (Şekil 4.15, soldaki ilk görsel)



Şekil 4.15 Katılımcı F’nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı G, Dall-e’nin ambalaj tasarımında logo tasarımına nazaran daha başarılı olduğunu, oluşturulan görsellerde renk kullanımı açısından iyi sonuçlar ürettiğini özellikle ambalaj üzerinde bazı hiyerarşik dengeleri oluşturabildiğini ama minimalist bir yapı istenmesine rağmen Dall-e’nin tasarımsal olarak kalabalık yapılar kurduğunu bununla her zaman işlevsel olamayacağını ifade etmiştir. Katılımcı, Dall-e’nin ürettiği görselleri tasarımın başlangıç aşamasında esinlenilebilecek veriler olabileceğini ve bir tasarımcının bu aracı fikir oluşturma aşamasında kullanılabileceğini belirtmiş ama bunu tasarım açısından bilgili kişilerin yapması gerektiğini aksi takdirde bu konuda bilgiye sahip olmayan kişilerin çıkan sonuçları iyi olarak düşünebileceğini ifade etmiştir. Ayrıca katılımcı, Dall-e ile oluşturulan görsellerde tipografik hataların olduğunu özellikle harf aralarındaki boşlukları Dall-e’nin iyi bir şekilde ayarlayamadığını ve bu nedenle tasarım problemlerine yönelik şimdilik bir çözüm üretmediğini söylemiştir. Ayrıca Dall-e’nin ambalaj tasarım

süreçlerinde kullanımının, yeni fikirlerin oluşumu ve sunduğu materyaller açısından verimli olabileceğini belirtmiştir.

4.8.3 Vaka Çalışması III: İstanbul Caz Festivali İçin Yapay Zekâ Destekli Afiş Tasarımı

Bu çalışmada, ‘İstanbul Caz Festivali’ afişi için yapay zekâ destekli grafik tasarım sürecine odaklanılmış ve 7 vaka çalışması yapılmıştır. Dall-e’nin afiş tasarımı sürecinde kullanımı ve tasarımcıların üzerindeki etkisi incelenmiştir. Verilen brief doğrultusunda tasarımcılardan İstanbul Caz Festivali'nin ruhunu ve dinamizmini hissettiren, aynı zamanda İstanbul'un tarihi ve kültürel dokusunu da yansıtan bir afiş tasarımı hazırlamaları istenmiştir. Afişte "İstanbul Caz Festivali" kelimesinin net ve anlaşılır olması gerektiğini belirtmiştir.

Bu doğrultuda, aşağıda vaka çalışması sırasında tasarımcılar tarafından Dall-e yapay zekâ uygulaması kullanılarak üretilmiş görsel çıktılar ile birlikte prompları verilmiştir. Bu çalışma için tasarımcılar, ambalaj tasarım brief doğrultusunda üç ayrı prompt oluşturmuş ve her bir promptu üç kez Dall-e yapay zekâ uygulamasına girerek toplam 9 tane görsel üretim gerçekleştirmiştir. Dall-e tarafından oluşturulan bu görsel çıktılar arasından tasarımcının en çok tasarım kriterlerine uyan üç ambalaj tasarımı seçilmiş ve tasarımcıların bu alandaki genel değerlendirmeleri ile birlikte sunulmuştur.

4.8.3.1 Katılımcı A

Çalışma öncesinde katılımcı A’nın afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Painting depicting a four-piece jazz band, created in the style of traditional Turkish mosaics. Let a pianist, a saxophonist, a double bassist and a drummer take part on the stage, each designed with colorful mosaic patterns specific to Turkish art. Its size should be 9:16 and it should be placed on the Istanbul jazz festival poster in accordance with the composition. Spread the composition across the entire poster.”*
(*"Geleneksel Türk mozaikleri tarzında yaratılmış dört kişilik bir caz grubunu tasvir eden tablo. Her biri Türk sanatına özgü renkli mozaik desenlerle tasarlanmış sahnede*

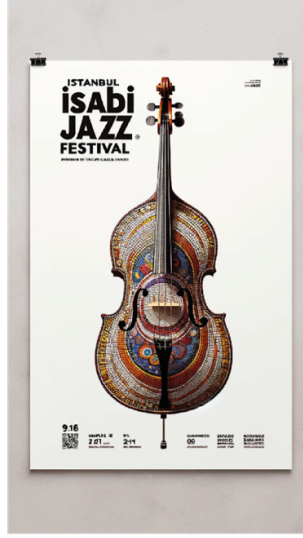
bir piyanist, bir saksafoncu, bir kontrbasçı ve bir davulcu yer alsın. Boyutu 9:16 olsun ve kompozisyona uygun olarak İstanbul caz festivali afişine yerleştirilsin. Kompozisyon afişin tamamına yayılmalıdır." (Şekil 4.16, soldaki ilk görsel)

Prompt: "Design an image for a 9:16 format poster, prominently featuring a double bass at the center, designed with traditional Turkish mosaics. The background should be plain white. Include the text 'Istanbul Jazz Festival' on the poster, also created using mosaics that complement the mosaic double bass. The focus should be on the stunning mosaic double bass with the festival text in a mosaic style, set against a crisp, white background, ensuring a clean and visually striking design." ("Geleneksel Türk mozaikleriyle tasarlanmış, merkezinde kontrbas bulunan 9:16 formatında bir poster için bir görsel tasarlayın. Arka plan düz beyaz olmalıdır. Mozaik kontrbası tamamlayan mozaikler kullanılarak oluşturulan 'İstanbul Caz Festivali' metnini de afişe ekleyin. Odak noktası çarpıcı mozaik kontrbas olmalı ve festival metni mozaik tarzında, net, beyaz bir arka plan üzerine yerleştirilerek temiz ve görsel olarak çarpıcı bir tasarım sağlanmalıdır.") (Şekil 4.16, ortadaki görsel)

Prompt: "Create a 9:16 format poster featuring a highly detailed FHD image in abstract expressionism style. The scene captures a jazz musician holding a saxophone atop the Galata Tower for the Istanbul Jazz Festival. The saxophone should have a sleek and shiny brass body, illuminated under a spotlight on a dimly lit stage. The lighting needs to highlight the curves of the saxophone and the musician's passionate performance. Use long exposure to create an artistic, abstract effect, emphasizing the movement and emotion. The text 'Istanbul Jazz Festival' should be animatedly integrated into the composition, making it a part of the dynamic and vivid scene." ("Soyut dışavurumculuk tarzında son derece ayrıntılı bir FHD görüntü içeren 9:16 formatında bir poster oluşturun. Sahnede, İstanbul Caz Festivali için Galata Kulesi'nin tepesinde elinde saksafon tutan bir caz müzisyeni yer alıyor. Saksafon, loş bir sahnede spot ışığı altında aydınlatılan şık ve parlak bir pirinç gövdeye sahip olmalıdır. Işığın saksafonun kıvrımlarını ve müzisyenin tutkulu performansını vurgulaması gerekir. Hareketi ve duyguyu vurgulayarak sanatsal, soyut bir etki yaratmak için uzun pozlama kullanın. 'İstanbul Caz Festivali' metni kompozisyona hareketli bir şekilde entegre edilerek dinamik ve canlı sahnenin bir parçası haline getirilmelidir.") (Şekil 4.16, sağdaki görsel)



1.PROMPT



2.PROMPT



3.PROMPT

Şekil 4.16 Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Çalışmaya katılan tasarımcı, Dall-e ile yaptığı afiş tasarımı denemeleri sonucunda, illüstratif olarak güzel sonuçlar elde edildiğini, fakat oluşturulan görsellerde tipografik hatalar ve boyut uyumsuzlukları olduğunu yine de bu görsellerin tasarımın eskiz aşaması olarak bakılabileceği ifade etmiştir. Briefler kapsamında tasarımcı, oluşturduğu promptları üç kez üst üste denemesi sonucunda, bütünlüğe ve promptta daha uygun sonuçlar elde edildiğini gözlemlemiş; özellikle illüstrasyon açısından başarılı bulmuş ve zaman yönetimi ile fikir bulma aşamasında destekleyici olduğunu belirtmiştir.

4.8.3.2 Katılımcı B

Çalışma öncesinde katılımcı B'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *"A jazz festival poster, the dancing figures on the poster are large in size, the poster is in van gogh style in red purple and black colors, size 9:16"* ("Bir caz festivali afişi, afişteki dans eden figürler büyük boyutta, afiş van gogh tarzında kırmızı mor ve siyah renklerde, boyut 9:16") (Şekil 4.17, soldaki ilk görsel)

Prompt: *"The ISTANBUL JAZZ music posters designed in the Fantastic Realism style, They feature atmospheric elements from the 1950s jazz scene, highlighted with red"*

and black tones, and combine the surreal with the genuine to celebrate the creative spirit of jazz. Size should be 9:16” (“Fantastik Gerçekçilik” tarzında tasarlanan ISTANBUL JAZZ müzik posterleri, 1950’lerin caz sahnesinden atmosferik öğeler içeriyor, kırmızı ve siyah tonlarla vurgulanıyor ve cazın yaratıcı ruhunu kutlamak için gerçeküstü ile gerçek olanı birleştiriyor. Boyut 9:16" olmalıdır”) (Şekil 4.17, ortadaki görsel)

Prompt: “Create a poster for the Jazz Festival with a modernist aesthetic that incorporates elements of negative space. The primary visual should be a stylized saxophone abstracted into vertical stripes, merging seamlessly into the silhouette of a jazz musician. Accentuate this monochromatic design with splashes of vibrant orange to suggest movement and energy. Place the festival's name, 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL,' at the top in a clean, sans-serif font.” (“Caz Festivali için negatif alan unsurlarını içeren modernist bir estetiğe sahip bir poster oluşturun. Ana görsel, bir caz müzisyeninin silüetiyle sorunsuz bir şekilde birleşen, dikey şeritler halinde soyutlanmış stilize bir saksafon olmalıdır. Bu monokromatik tasarımı, hareket ve enerji çağrıştırmak için canlı turuncu sıçramalarla vurgulayın. Festivalin adı olan 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ'ni temiz, sans-serif bir yazı tipiyle en üste yerleştirin.”) (Şekil 4.17, sağdaki görsel)



1.PROMPT



2.PROMPT



3.PROMPT

Şekil 4.17 Katılımcı B’nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Çalışmaya katılan tasarımcı, Dall-e ile yapılan afiş tasarımı denemeleri sonucunda, oluşturulan görsellerdeki illüstratif kompozisyonların başarılı olduğunu ancak yine de

bitmiş bir afiş tasarımı elde edilebilmesi için bir tasarımcı tarafından geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Özellikle Dall-e'nin oluşturduğu görselle tipografiyi birleştirmesi açısından verimli olmadığını ve geliştirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. İllüstratif açıdan İstanbul ve caz temalarının etkili bir şekilde birleştirildiğini, fakat oluşturulan görsellerin bitmiş bir afiş olarak değerlendirilemeyeceğini, ön taslak ve fikir aşaması için daha uygun olduğu ifade etmiştir.

4.8.3.3 Katılımcı C

Çalışma öncesinde katılımcı C'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a poster for the Istanbul Jazz Festival. The poster should depict people playing jazz instruments with the Galata Tower visible in the background. The text 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL' should be written in lively handwriting, capturing the dynamic spirit of the festival, and colors reflecting the spirit of jazz music should be used. Poster size should be 9:16. The composition created should be balanced according to the size of the poster.”* (“İstanbul Caz Festivali için bir poster tasarlayın. Afiş, arka planda Galata Kulesi görünürken caz enstrümanları çalan insanları tasvir etmelidir. 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ' yazısı canlı bir el yazısıyla yazılmalı, festivalin dinamik ruhu yakalanmalı ve caz müziğinin ruhunu yansıtan renkler kullanılmalıdır. Afiş boyutu 9:16 olmalıdır. Oluşturulan kompozisyon afiş boyutuna göre dengeli olmalıdır.”) (Şekil 4.18, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a poster for the Istanbul Jazz Festival. The poster should depict people playing jazz instruments with the Bosphorus and the sunset visible in the background. The text 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL' should be written in lively handwriting to capture the dynamic spirit of the festival, and colors reflecting the spirit of jazz music should be used. Poster size should be 9:16. The created composition should be balanced according to the size of the poster.”* (“İstanbul Caz Festivali için bir poster tasarlayın. Afiş, arka planda Boğaz ve gün batımı görünürken caz enstrümanları çalan insanları tasvir etmelidir. Festivalin dinamik ruhunu yakalamak için 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ' metni canlı bir el yazısıyla yazılmalı ve caz müziğinin ruhunu yansıtan renkler kullanılmalıdır. Afiş boyutu 9:16 olmalıdır.

Oluşturulan kompozisyon afiş boyutuna göre dengeli olmalıdır. ") (Şekil 4.18, ortadaki görsel)

Prompt: “Design a poster for the Istanbul Jazz Festival. The poster should depict people playing jazz instruments in a realistic manner, with İstiklal street and crowds of people dancing in the background. The text 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL' should be written in lively handwriting to reflect the dynamic spirit of the festival, and colors reflecting the spirit of jazz music should be used. Poster size should be 9:16. The created composition should be balanced according to the size of the poster.”
("İstanbul Caz Festivali için bir poster tasarlayın. Afişte caz enstrümanları çalan insanlar gerçekçi bir şekilde resmedilmeli, arka planda İstiklal Caddesi ve dans eden insan kalabalığı yer almalıdır. 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ' yazısı festivalin dinamik ruhunu yansıtacak şekilde canlı bir el yazısıyla yazılmalı ve caz müziğinin ruhunu yansıtan renkler kullanılmalıdır. Afiş boyutu 9:16 olmalıdır. Oluşturulan kompozisyon afiş boyutuna göre dengeli olmalıdır.") (Şekil 4.18, sağdaki görsel)



Şekil 4.18 Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Çalışmaya katılan tasarımcı, Dall-e ile yapılan afiş tasarımı denemeleri sonucunda, Dall-e'nin oluşturulan promptların karşılığını verdiğini, kompozisyon ve renk olarak başarılı tasarımlar oluşturduğunu ifade etmiştir. Ancak, tipografik bozulmalar ve rastgele metin eklemelerinin de olduğunu ve bu nedenle Dall-e'nin bize tam anlamıyla bitmiş bir afiş tasarımı sunamadığını belirtmiştir.

4.8.3.4 Katılımcı D

Çalışma öncesinde katılımcı D'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a 9:16 poster highlighting jazz music festival with vibrant colors. The festival’s name “İstanbul Caz Festivali”, should be prominently displayed and legible. Include the festival dates, “1-7 Temmuz 2023” as informative text on the poster. Use a vectorized map illustration to convey a message of a multicultural city and the music relation.”* (Caz müzik festivalini canlı renklerle vurgulayan 9:16 boyutunda bir poster tasarlayın. Festivalin adı "İstanbul Caz Festivali", belirgin ve okunaklı bir şekilde gösterilmelidir. Festival tarihleri olan "1-7 Temmuz 2023" afişte bilgilendirici metin olarak yer almalıdır. Çok kültürlü bir şehir ve müzik ilişkisi mesajını iletmek için vektörelleştirilmiş bir harita illüstrasyonu kullanın.) (Şekil 4.19, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a 9:16 poster highlighting jazz music festival with black and white. The festival’s name “İstanbul Caz Festivali”, should be displayed in the left corner. Include the festival dates, “1-7 Temmuz 2023” as informative text on the poster. Use the silhouette vector style of many cats with the jazz music instruments. Composition must be simple and centered. The image should remind you the musicians of Bremen.”* (Caz müzik festivalini vurgulayan 9:16 boyutunda siyah beyaz bir poster tasarlayın. Festivalin adı "İstanbul Caz Festivali", sol köşede gösterilmelidir. Festival tarihleri olan "1-7 Temmuz 2023" afişte bilgilendirici metin olarak yer almalıdır. Caz müzik enstrümanları ile birçok kedinin silüet vektör stilini kullanın. Kompozisyon basit ve ortalanmış olmalıdır. Görsel size Bremen'in müzisyenlerini hatırlatmalıdır.) (Şekil 4.19, ortadaki görsel)

Prompt: *“Design a 9:16 poster highlighting jazz music festival with rhythmical graphic composition. The festival’s name “İstanbul Caz Festivali”, should be prominently displayed and legible. Include the festival dates, “1-7 Temmuz 2023” as informative text on the poster. Use vibrant colors and geometric shapes for visualize jazz music. Keep the style abstract and futuristic.”* (Caz müzik festivalini ritmik bir grafik kompozisyonla vurgulayan 9:16'lık bir poster tasarlayın. Festivalin adı

"İstanbul Caz Festivali", belirgin ve okunaklı bir şekilde gösterilmelidir. Festival tarihleri olan "1-7 Temmuz 2023" afişte bilgilendirici metin olarak yer almalıdır. Caz müziğini görselleştirmek için canlı renkler ve geometrik şekiller kullanın. Stili soyut ve fütüristik tutun.) (Şekil 4.19, sağdaki görsel)



Şekil 4.19 Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı D, Dall-e'nin afiş tasarım alanı için oluşturduğu görsellerin tam olarak afişleşmiş yapılar olmasada promptta belirtilen kavramlara yönelik işler ürettiğini ve üretilen işlerin tasarım süreçlerinde yeni fikirler için çıkış noktaları olarak kullanılabileceğini ifade etmiştir. Katılımcı Dall-e'nin tipografiyi tam olarak algılayamadığını ve oluşturduğu işlerde okunurluk problemleri olduğunu belirtmiş, Dall-e'nin afiş tasarımında nihai sonuçlar vermediğini ama ilham alınabilecek bir tasarım aracı olarak kullanılabileceğini söylemiştir. Ancak, Dall-e'nin renk kullanımında başarılı olduğunu ve illüstratif açıdan iyi sonuçlar verdiğini ifade etmiştir. Katılımcı, son promptunda Dall-e'den daha soyut bir tasarım oluşturmaya yönelik bir prompt yazdığını ve Dall-e'nin bu promptun karşılığını vermede daha başarılı olduğunu, tipografiyi daha iyi kullandığını ve tasarımsal olarak daha afişleşmiş güzel sonuçlar ürettiğini ifade etmiş bunun promptta belirtilen anahtar kelimelerin doğru kullanılmasıyla ilişkili olabileceğini söylemiştir.

4.8.3.5 Katılımcı E

Çalışma öncesinde katılımcı E'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: “Design a 9:16 illustrated jazz festival poster. Use jazz instruments combined with cats. Vibrant and energetic colors with bold title “İstanbul Caz Festivali.” Keep the style modern and dynamic.” (9:16 resimli bir caz festivali posteri tasarlayın. Caz enstrümanlarını kedilerle birlikte kullanın. Canlı ve enerjik renkler ve cesur “İstanbul Caz Festivali” başlığı. Stili modern ve dinamik tutun.) (Şekil 4.20, soldaki ilk görsel)

Prompt: “Design a 9:16 art deco style jazz festival poster. Night view and neon colors. with bold title “İstanbul Caz Festivali.” Keep the style modern and dynamic.” (9:16 art deco tarzı bir caz festivali posteri tasarlayın. Gece manzarası ve neon renkler. Kalın başlık “İstanbul Caz Festivali” ile. Stili modern ve dinamik tutun.) (Şekil 4.20, ortadaki görsel)

Prompt: “9:16 Poster for the jazz music festival, and jazz musicians, in the style of playful illustrative style, light navy and red, malika favre style, colorful composition, classic composition, colorful figures with bold title “İstanbul Caz Festivali” (9:16 Caz müzik festivali ve caz müzisyenleri için afiş, eğlenceli illüstratif tarzda, açık lacivert ve kırmızı, malika favre tarzı, renkli kompozisyon, klasik kompozisyon, renkli figürler ve kalın başlık “İstanbul Caz Festivali”) (Şekil 4.13, sağdaki görsel)



1.PROMPT



2.PROMPT



3.PROMPT

Şekil 4.20 Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı E, afiş tasarımı için Dall-e'nin verdiği sonuçların potansiyeli olabilecek işler olduğunu, illüstrasyon ve renk kullanımında başarılı sonuçlar verdiğini, promptlarda belirttiği kavramların karşılığını aldığını fakat hayal ettiği ile Dall-e'nin ürettiği işlerin

örtüşmediğini belki daha ayrıntılı promptlar yazarak hayal ettiğine yakın sonuçlar elde edebileceğini belirtmiştir. Dall-e'nin özellikle promptların tekrarlı üretiminde iyi layout örnekleri oluşturduğunu, bir tasarımcı için güzel eskizler sunabildiğini söylemiştir. Katılımcı, Dall-e'nin oluşturduğu görsellerde okunurluk problemi olduğunu, tipografik kullanımda başarılı sonuçlar vermediğini ama oluşturulan bu işlerin eskiz aşaması olarak değerlendirilip son müdahalenin bir tasarımcı tarafından yapılması gerektiğini ifade etmiştir.

4.8.3.6 Katılımcı F

Çalışma öncesinde katılımcı F'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *“Design a funky vertical (ratio 9:16) poster for Istanbul Jazz Festival. The key colors are blue, white and beige. Use catchy, vibrant patterns that resembles Istanbul. Typographic style will be vibrant and funky. Take Milton Glaser posters as references.”* (İstanbul Caz Festivali için eğlenceli bir dikey (9:16 oranında) poster tasarlayın. Anahtar renkler mavi, beyaz ve bejdir. Akılda kalıcı, canlı desenler kullanın İstanbul. Tipografik stil canlı ve korkak olacak. Milton Glaser'ı ele alalım referans olarak posterler.) (Şekil 4.21, soldaki ilk görsel)

Prompt: *“Design a rigid and modern vertical (ratio 9:16) poster for Istanbul Jazz Festival that conveys the information very clearly. The primary color will be dark-blue, all the other colors can be imported from any concept related to Istanbul, Bosphorus. Use historical connotations that resembles Istanbul. Typographic style will be calm. Take Swiss posters as references.”* (İstanbul Jazz için sert ve modern bir dikey (9:16 oranında) poster tasarlayın Bilgiyi çok net bir şekilde aktaran festival. Ana renk şu şekilde olacaktır koyu-mavi, diğer tüm renkler ilgili herhangi bir kavramdan içe aktarılabilir. İstanbul, Boğaziçi. İstanbul'u andıran tarihi çağrışımlar kullanın. Tipografik stil sakın olacaktır. İsviçre posterlerini referans alın.) (Şekil 4.21, sağdaki görsel)

Prompt: *“-Design a wild, semi-abstract and figurative vertical (ratio 9:16) poster for Istanbul Jazz Festival The primary colors will be black, yellow and red. The figurative*

ensemble concept will be resemble deliberately Istanbul. The typographic style will be wild and art-nouveau. Consider art-nouveau and Lautrec posters as references.” (-İstanbul Caz Festivali için cesur, yarı soyut ve figüratif dikey (oran 9:16) bir poster tasarlayın. Ana renkler siyah, sarı ve kırmızı olacaktır. Figüratif topluluk konsepti kasıtlı olarak İstanbul'a benzeyecek. Tipografik tarz vahşi ve art-nouveau olacaktır. Art-nouveau ve Lautrec posterlerini referans olarak düşünün) (Şekil 4.21, sağdaki görsel)



Şekil 4. 21 Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı F, Dall-e'nin afiş tasarımı için oluşturduğu görsellerin ilginç olduğunu ama orijinal birer iş olarak değerlendirilemeyeceğini ifade etmiştir. Katılımcı yazdığı promptlarda belirttiği tarzların Dall-e tarafından ayrı ayrı oluşturulduğunu bir bütün olarak sunamadığını belirterek yinede illüstratif açıdan güzel sonuçlar ürettiğini ve renk kullanımında başarılı olduğunu söylemiştir. Ayrıca katılımcı Dall-e'nin ürettiği işlerin yurt dışında görebileceğimiz afiş tarzlarına daha yakın olduğunu Türkiye'de bu tarz yapılara çok fazla rastlanmadığını ifade etmiştir. Katılımcı genel olarak Dall-e'nin afiş tasarımında da tipografik kullanımında hatalar olduğunu ve oluşturduğu görsellerin eskiz aşaması olarak değerlendirilmesi gerektiğini, nihai sonuç için bir tasarımcının gerekli noktalara müdahale ederek elde edilen çıktıların işlevselliğinin artırılması gerektiğini vurgulamıştır.

4.8.3.7 Katılımcı G

Çalışma öncesinde katılımcı G'nin afiş tasarım briefi için yazdığı üç prompt oluşturulma sırasıyla çıktıları ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Prompt: *"Design a 9:16 poster for a jazz festival called "Istanbul Caz Festivali". The name must be highlighted and legible at the first place. The feeling of the poster must be dynamic and rhythmic. So the colour palette of the poster should dark with softer light colours."* ("İstanbul Caz Festivali" adlı bir caz festivali için 9:16 boyutunda bir afiş tasarlayın. İsim ilk etapta vurgulanmalı ve okunaklı olmalıdır. Afişin duygusu dinamik ve ritmik olmalıdır. Bu yüzden afişin renk paleti daha yumuşak açık renklerle koyu olmalıdır.") (Şekil 4.22, soldaki ilk görsel)

Prompt: *"Design a 9:16 poster for a jazz festival called "Istanbul Caz Festivali". The name must be highlighted and legible at the first place. The feeling of the poster must be dynamic and rhythmic. Use a big silhouette of an instrument which plays a significant role in jazz. And fill this silhouette with different other illustrated instruments in white. Keep the colour palette of the poster in vibrant colours."* ("İstanbul Caz Festivali" adlı bir caz festivali için 9:16'lık bir afiş tasarlayın. İsim ilk etapta vurgulanmalı ve dikkat çekici olmalıdır. Afişin duygusu dinamik ve ritmik olmalıdır. Cazda önemli rol oynayan bir enstrümanın büyük bir silüetini kullanın. Ve bu silüeti beyaz renkte farklı enstrüman resimleriyle doldurun. Posterin renk paletini canlı renklerde tutun.) (Şekil 4.22, ortadaki görsel)

Prompt: *"Design a 9:16 size poster for a jazz festival called "Istanbul Caz Festivali". The name must be legible at first glance. Use a dynamic typography to add more rhythm. Use some illustrations of any instrument which plays significant roles in jazz. Keep the colour palette of the poster in pale colours."* ("İstanbul Caz Festivali" adlı bir caz festivali için 9:16 boyutunda bir poster tasarlayın. İsim ilk bakışta dikkat çekici olmalıdır. Daha fazla ritim katmak için dinamik bir tipografi kullanın. Cazda önemli rol oynayan herhangi bir enstrümanın illüstrasyonlarını kullanın. Saklayın posterin renk paletini soluk renklere büründürüyor.) (Şekil 4.22, sağdaki görsel)



Şekil 4.22 Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Soldan ilk görsel 1. promptun çıktısı, ortadaki 2. promptun çıktısı, sağ görsel 3. promptun çıktısı.)

Katılımcı G, Dall-e'nin afiş tasarımı için oluşturduğu görsellerin ufuk açıcı olduğunu ve illüstratif açıdan iyi işler ürettiğini belirterek Dall-e'nin oluşturduğu afişleri, promptta belirtilmemesine rağmen Türkiye'de çok yaygın olmayan ama yurtdışında kullanımı yaygın olan tarzları baz alarak oluşturduğunu ifade etmiştir. Katılımcı, oluşturulan görsellerde okunurluk ve tipografik açıdan sorunların olduğunu fakat bunların bir tasarımcı tarafından düzenlenerek kullanılabileceğini genel yapıların kötü olmadığını özellikle illüstratif yaklaşımı, renk kullanımı ve sunduğu layout açısından verimli işler ürettiğini ifade etmiştir. Katılımcı son prompt denemesinde Dall-e'nin biraz daha dergi kapağına yönelik tasarımlar oluşturduğunu ve bu noktada tasarımcının müdahalesi ile afişleşebileceğini ifade etmiştir. Dall-e tarafından oluşturulan afiş görsellerinin genel olarak yaygın üretimler olduğunu tasarımcıların bu noktada oluşturulan bu görselleri birer esinlenme aracı olarak görmeleri gerektiğini ve bunlardan yola çıkılarak daha yeni üretimler yapmaları gerektiğini vurgulamıştır.

4.9 Bulgular

Bu bölümde, katılımcılar ile gerçekleştirilen vaka çalışmaları ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve bu incelemeler sonucunda kod kitapları oluşturulmuştur. Elde edilen temalar çerçevesinde çalışmaya katılan tasarımcıların grafik tasarım alanında yapay zekâ uygulamalarının kullanımına dair doğrudan görüşleri ve çalışma sürecinde yöneltilen sorulara verdikleri cevaplar aktarılmıştır.

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerden sonra her bir görüşmenin yazılı dökümü çıkartılmıştır. Daha sonra, yazılı dökümlerden elde edilen verilerin Strauss ve Corbin'in (1990) kodlama paradigması kapsamında açık kodlamaları (verilerin analitik olarak parçalandığı ve yorumlandığı süreç) yapılmış ve ardından aksiyel kodlar (tema alt başlıklarını kategorileştirme, sınıflandırma) oluşturulmuştur. Bu kodlamalar ile birlikte eş zamanlı olarak seçici kodlamalar yapılmış ve temalara ulaşılmıştır. Bu kapsamda öncelikle kod sistemindeki 3 tema (Şekil 4.23) belirlenmiş daha sonra bu temalar ile ilişkili kategoriler oluşturulmuş ve kod sistemi üzerinde çalışma yapılarak son hali verilmiştir.

Tema (Boyut)	Kategori	Kodlar
Tasarım Sürecinde Yapay Zekâ (Dall-e) ve Tasarımcı Etkileşimi	Prompt Oluşturma	1.1 Promptun Tasarım Çıktıları Üzerindeki Etkisi 1.2 Prompt ile İfade Edilen Detayların Önemi 1.3 Beklenmeyen Sonuçlar ve Yorum Katkıları 1.4 Grafik Tasarım Alanındaki Terminolojik Bilgiye Hakimiyet
	Eskiz ve İlk Fikir Geliştirme	2.1 İlk Taslakların Oluşturulması 2.2 Fikir ve Konsept Geliştirme
	Süreç İyileştirmeleri ve Optimizasyon	3.1 Süreç Hızı ve Verimliliği 3.2 Yeni Fikirlerin Teşviki ve İlham Kaynakları
	İnsan Müdahalesinin Önemi	4.1 Kişiselleştirme 4.2 Son Düzenlemeler 4.3 Estetik Dengenin Sağlanması
Yapay Zekâ Teknolojisinin (Dall-e) Olumlu ve Olumsuz Etkileri	Verimlilik	1.1 Zaman Tasarrufu ve Hız 1.2 Üretkenlik Değerlendirmesi 1.3 Spesifik Bir Ön Araştırma Aracı Olarak Kullanımı
	Teknolojik Zorluklar ve Sınırlılıklar	2.1 Algılama ve Yorumlama Yetenekleri 2.2 Başlangıç Seviyesinde İş Üretimi 2.3 Teknolojik Gelişim ve Adaptasyon 2.4 Yapay Zekâ Araçlarının Kullanımı 2.5 Sürekli Öğrenme
	Etik ve Yaratıcılık Üzerine Etkiler	3.1 Tasarım Süreçlerindeki Özgünlük 3.2 Yaratıcılığın Sınırlanması
Tasarımcının Rolü ve Perspektifi	Tasarımcıların Yapay Zekâya Yaklaşımı	1.1 Bakış Açılırları ve Algılar 1.2 Teknolojiye Adaptasyon ve Benimseme
	Mesleki Değişim ve Gelişim	2.1 Mesleki Rollerde Evrim 2.2 Teknolojik Değişimlere Uyum 2.3 Teknolojinin Eğitim Süreçlerine Entegrasyonu

Şekil 4.23 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan genel kod sistemi

Birinci tema kapsamında yapay zekânın tasarım süreçlerine olan etkisi ile prompt yazımının elde edilen çıktılar üzerindeki etkisi, eskiz, konsept geliştirme ve süreç optimizasyonuna olan katkıları ve insan müdahalesinin bu bağlamdaki kritik rolü üzerinde durulmuştur. İkinci tema kapsamında ise yapay zekâ uygulamalarının tasarım süreçlerindeki verimliliği ve bu teknolojinin tasarım öncesi bir araştırma aracı olarak kullanımı ile teknolojik adaptasyon süreçlerinin yanı sıra etik ve yaratıcılık üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Son olarak üçüncü temada, tasarımcıların bu teknolojiye yaklaşımları ve bu kapsamda mesleki değişim ve gelişimleri üzerine odaklanılmıştır.

4.9.1 Tasarım Sürecinde Yapay Zekâ (Dall-e) ve Tasarımcı Etkileşimi

Bu tema altında ilk olarak, yapay zekânın tasarım süreçleri üzerindeki etkisi ile prompt tasarlama sürecinde detayların ifade ediliş şekli ve bunların sonuçlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Oluşturulan promptlar kapsamında, beklenmeyen sonuçlar ve yapay zekânın yorum katkıları, grafik tasarım alanındaki terminolojiye hakimiyet gibi faktörler de bu etkileşimin önemli parçaları olarak değerlendirilmiştir.

İkinci aşamada, yapay zekanın eskiz ve ilk fikir geliştirme süreçlerine olan etkisi, taslakların oluşturulması ve tasarım konsepti geliştirmede nasıl bir rol oynadığı araştırılmıştır. Süreç iyileştirmeleri ve optimizasyon kısmında ise, yapay zekânın tasarım sürecindeki hızı, verimliliği ve yeni fikirlerin teşvik edilmesi üzerindeki etkileri tartışılmıştır. Son olarak, insan müdahalesinin önemi vurgulanmış, tasarımda kişiselleştirme, son düzenlemeler ve estetik dengenin sağlanması gibi unsurların, yapay zekâ araçlarının etkin kullanımında nasıl rol oynadığı incelenmiştir.

Tema (Boyut)	Kategori	Kodlar
Tasarım Sürecinde Yapay Zeka (Dall-e) ve Tasarımcı Etkileşimi	Prompt Oluşturma	1.1 Promptun Tasarım Çıktıları Üzerindeki Etkisi 1.2 Prompt ile İfade Edilen Detayların Önemi 1.3 Beklenmeyen Sonuçlar ve Yorum Katkıları 1.4 Grafik Tasarım Alanındaki Terminolojik Bilgiye Hakimiyet
	Eskiz ve İlk Fikir Geliştirme	2.1 İlk Taslakların Oluşturulması 2.2 Fikir ve Konsept Geliştirme
	Süreç İyileştirmeleri ve Optimizasyon	3.1 Süreç Hızı ve Verimliliği 3.2 Yeni Fikirlerin Teşviki ve İlham Kaynakları
	İnsan Müdahalesinin Önemi	4.1 Kişiselleştirme 4.2 Son düzenlemeler 4.3 Estetik Dengenin Sağlanması

Şekil 4.24 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 1. kod sistemi

4.9.1.1 Prompt oluşturma

Araştırma kapsamında tasarımcılar, oluşturdukları promptların, elde ettikleri çıktıların sonucuna göre dikkatlice incelenip yeniden düzenlenmesinin, istenilen sonuca ulaşmak için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle, promptların gözden geçirilip revize edilmesinin, yapay zekânın ürettiği sonuçların kalitesini artırabileceği sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda bir tasarımcının etkili bir şekilde prompt oluşturabilmesi için mesleki terminolojiye de hâkim olması gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca, tasarımcıların alıştıkları tasarlama süreçlerinden farklı olarak yazınsal yeteneklerinin de geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

“...burada şeyin önemini görüyoruz bence alanımıza dair terminolojiye ne kadar hâkim olmamız gerektiğini artık. Ben de şimdi eğitim alanında olduğum için buradan kendimi bu şekilde çıkarımlar yapabiliyorum. Terminolojiye bütün terimleri çok çok iyi hâkim olunması gerekiyor. Onu gördüm yani şu an.” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...hani burada tasarımcının yazdığı promptlarda kullandığı kelimelerin de tabi etkisi olabilir. Sonuçta bu tool’u kullanabilmemiz için şu anda bu yapay zekâ aracının neyden anladığını anlamamız lazım öncelikle.” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...ilk örneklerde biraz daha fazla, biraz daha ham diyebilirim, bir de kullandıkça sanırım biraz daha ona fazla detay verdikçe prompları detaylandıkça daha güzelleşiyor sanırım.” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...iş hayatı okul hayatı ile vesaire, geri planda kalabiliyor yazmak ve hani bir yazma alışkanlığım da olmadığı için yani problem yaşıyabiliyorum bu konuda prompt yazarken. Hani tasarımcının işi sadece tasarım yapmak değildir tabii ki aynı zamanda okuyup yazabilmeli, kendini ifade edebilmeli. Özellikle mesela prompları yazarken çok hani spesifik olup çok yalın olmak gerekiyor ki direkt istediğimizi bize verebilsin.” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...ilk yaptığımızda çok detaylı bir prompt yaptık mesela dengesi gerçekten başarılı.” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...aslında prompt yazarken çok spesifik şeyler tanımlamayın deniyor ama tipografik içerikte bir şeyi anlatmak için terimler ee terminolojiyi net olması gerekiyor. Hani bu konuda ne kadar iyi terminolojiyi ne kadar tanıyor diye o konuda biraz zorlandım. Biz çok hızlı düşünüyoruz ama onun doğru terminolojiyle aktarılması önemli.” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“...neyi neden yaptığını anlamış işte temel beceri temel tasarım ilkelerini aslında temel tasarım dersini alıp, öğeleri nasıl kullanılabileceğini bilen birisi zaten bir promptu daha bilinçli yazmaya başlayacaktır. Yani öncelikle hem düşünsel yani hem yazınsal hem de stil anlamında belli bir kapasiteye belli bir birikime, o havuzda eriştikten sonra öğrenciler. Yazımında daha iyi gelişebilirler ya da prompt yazmaya başlayabilirler. Prompt yazma ehliyeti

almaları için birinci sınıfı bitirmeleri lazım...” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

Bu yazdığım promptta hiçbir şey hani böyle hoşuma gitmedi. Bu da büyük ihtimalle hani baktığımda benim dediğim gibi çok genel bir prompt yazdım ondan kaynaklandı. Benim de biraz prompt üstüne kendimi geliştirmem gerekiyor. Araştırmalar yapmam gerekiyor çok yapmadım açıkçası.” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“Şuna artık gerçekten inandım, iyi bir tasarımcı bence iyi de bir yazar olmalı. Her şeyden önce kendi işini de iyi anlatabilmeli zaten.” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“...burada çok daha detaylı birtakım kavramlar kullanmıştım mesela ultra realistik, erimiş çikolata görselleri olsun işte marka ismi bile verdim. Aslında bunlarla kıyaslayarak bir şey tasarla gibisinden o yüzden çok net sonuç çıkarıyor.” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“...prompt yazarken dediğim gibi birazcık daha yazma türünü de öğrenince daha iyi olma ihtimalleri mesela olabilir.” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

...promptta yazdığım veriler benim zaten kendi aldığım briefin görsel niteliklerle onun hedefi bağlantısında olabilecek cümle yapılarını sunmuş olacak. ...promptu yazan kişiye göre de tabi hani bilgi standardı değişkenlik göstermekle birlikte bu mesela bir tık ileriye götürdü diyebilirim düşünme açısından.” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

Ve bizim daha bilinçli olarak cümleler kuruyor, anlatıyor olmamız lazım. Belki onun anlayacağı bazı diller gelişecek. Hani o öyle bir dili belki öğrenmemiz gerekecek. (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

Tasarımcılara çalışma sürecinde en çok hangi promptu yazarken zorlandıkları sorulmuş ve 4 katılımcı logo, 1 katılımcı afiş briefi için prompt oluştururken

zorlandıklarını belirtmiş, diğer 2 katılımcı bu soruya daha genel bir cevap vererek brief bazında bir zorluk belirtmemiş, prompt yazma sürecinde pratikliğe ve Dall-e'nin genel olarak neyi anlayıp neyi anlayamayacağını düşünerek promptlarını oluşturmaya çalıştıklarını ve bu süreçte biraz zorlandıklarını ifade etmişlerdir.

“Logoda Yaşadım. Logo çok zordu çünkü logo yani afişe ve ambalaja göre çok daha farklı bir yapıyı içerdiği için.” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“Logoları oluştururken biraz zorlandım çünkü logolar daha minimalist olması gerekiyor ve hani aslında logo tasarımına başlarken aklınızda bir şey var ama onu kelimelere dökmeniz gerekiyor ki güzel bir şekilde karşılığını alabilesin, orada zorlandım diyebilirim.” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“Logo promptunu yazarken yaşadım hani daha net olmanız gerekli ve iyi bir yapı kurulmalı biz yani tasarımcılar yazarak bu yapıları oluşturmaya alışkın değiliz belkide bu nedenle” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“Logoda bir tık daha zorlandım, daha uzun sürdü logoyu yazmam. Onun tek sebebi de tipografik bir şey yaptırmak istiyordum. Tipografik terminolojinin tam karşılığını bulup bulamayacağımdan olan kararsızlığımı.” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“Afişte biraz daha zorlanmış olabilirim. Hani afişte daha böyle bir çünkü bir karşılık aradım orada görsel bir karşılık, bir fikir üretme çabasına girdim bende o yüzden afişte istediğim şeyi anlatmakta birazcık zorlandım.” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“...bir pratik kazanınca bu anlamda hani yazmaya devam ettikçe senin de hayal gücün karşılıklı olarak açılıyor ve her prompt'a biraz daha detaylı, biraz daha amaca uygun, belki de biraz daha keşfetmeye dair yeni bir şey bulmuş oluyorsun. O yüzden biraz kullanıma dair bir süreçle ilgili bir zorluk oluşuyor. Hani yazdıkça açılıyorsun gibi diyebilirim.” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“Yani ben şöyle davrandım spesifik şeyler vermeye çalıştım ama çok da o spesifik şeyleri verip çok fazla sınırlamadan bunu yapabiliyor mu? Anlayabiliyor mu? Yani neden bahsettiğimi az çok anlıyor mu? Gibilerinden yazmaya çalıştım.” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

4.9.1.2 Eskiz ve Fikir Geliştirme

Araştırma kapsamında tasarımcılar, Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının fikir geliştirme ve eskiz aşamalarında tasarımcılar için oldukça faydalı birer araç olabileceklerini ifade etmişlerdir.

“İlk süreçte hayal edebilmek adına hani bu tarz bir yaklaşım nasıl olur gibi düşünceyle kullanılabilir bir şey olduğunu düşünüyorum. Tasarımın ilk başlangıç sürecinde gerçekten başarılı” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...bir ön hazırlık aşamasında bize fikir vermesi aşamasında kullanılabilir” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

...tabii bunlar sadece şu an hani taslak aşamasında fikir vermesi olarak değerlendiriyoruz. Bu bence pozitif, çünkü hani benim belki de hani bu alternatifçi çıkarmam 3 tane alternatif çıkarmam bir günümü alacaksa şu an sadece hani 2 dakika içinde 3 dakika içinde 3 tane alternatif görebiliyorum. Hani bu bakımdan işimizi kolaylaştırdığını söyleyebilirim” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...bunu eskiz yapma aracı gibi kullanabiliriz bu hakikaten bana bir fikir veriyor ilk aşamada daha tasarımın ilk aşamasında tıkanıdığımız noktada yardımcı olabilecek bir tool bu evet” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...bunlar bir çeşit fikir iterasyonları gibi yani fikiri çoğaltmak alternatif üretmek için kullanılacak bir şey. Yani kısır bir yerde hani düşünemiyorum

artık daha farklı düşünemediğin alternatif üretemediğin anda bence bu senin için bir tohum görevi görebilir. Hani başka bir fikrin bir tohumu görevini görebilir diye düşünüyorum.” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“yani bir skeç, fikir gibi düşünüyorum bunu inspiration (esinlenmek) gibi.” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“...genellikle insan müdahalesi gerekiyor ama fikir aşaması açısından evet epey işe yarar sonuçlar çıkarır. Fikir konusunda bir başlangıç ve ihtimal yaratması açısından işe yarıyor.” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

“Yani ön çalışma içerisinde bir fikir oluşturmak için kafadaki eskiz fikrini metinsel olarak düzenleyip, ondan sonra buna verip acaba ne oluyormuş görmek hiçbir şey görmemekten iyi. Ama tabi bunu görürken hani tehlikeli olan kısım bilinçsiz olan kişi bunun iyi olduğunu düşünecek ...bilinçli olan kişi de daha iyi kullanmanın yollarını bularak geliştirecek bunu. (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023)

4.9.1.3 Süreç İyileştirmeleri ve Optimizasyon

Araştırma kapsamında tasarımcılar, Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının tasarım süreçlerinde hız ve verimliliği artırabileceğini belirtmiş, yeni fikirlerin oluşumunu destekleyerek iyi bir ilham kaynağı olabileceğini ifade etmişlerdir.

“...kesinlikle bu ilk süreçte hayal edebilmek adına hani bu tarz bir yaklaşım nasıl olur gibi düşünceyle kullanılabilir bir şey olduğunu düşünüyorum. Hani tasarımın ilk başlangıç sürecinde ama bu gerçekten başarılı yani şeyi görebiliyoruz, mesela vektörel konuda da başarılı ambalajda” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Hız açısından kesinlikle başarılı bence ilk daha tasarıma başlamadan önceki fikir bulma aşaması için faydalı olabileceğini düşünüyorum” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...ambalaj konusunda logo konusunda fikir verebiliyor ama ambalaj konusunda gayet hani böyle bir sonuç çıkarabilmek için bir illüstratörle çalışmak gerekiyor. Bunların süreçleri oluyor nereden baksanız en az 3 ay hani bu gibi süreçleri daha kısaya indiriyor” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023)

“...yeni fikirlere de ulaşmamızda aslında yardımcı oluyor. Yani bunu aslında bir eskiz aracı olarak bile kullanacak olabiliriz ileride” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

Evet, hız hızlı, ...profesyonel hayatta ajans dinamiğine giren her junior’ın öğrendiği gibi hani her şeyi çok hızlı düşünmen gerekiyor hatta aynı anda bir sürü şey düşünmen gerekiyor bazen bu düşündüğün şeyler birbirlerinden etkilenebiliyor. Onu orada değil de buraya mı uygulasam gibi, ama bu çok daha başka bir şey, süre artık ortadan kalktı. Aklından geçirdiğin her şeyin küçük ön izlemelerini yaratabiliyorsun. (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

Hızlandırıyor, evet tasarım süreçlerini hızlandırıyor, yani ben mesela kendi adıma şunu yapıyorum, ciddi anlamda mockup üretirken yapay zekadan faydalaniyorum ve çok işime yarıyor. (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Mockup süreci tasarımcılar için epeyce can sıkıcı olabilen bir süreç aslında o anlamda yararlı ve hızlı.” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Müşteriye sunarken hani birkaç tane şey sunuyorsun ya yani bir tane iki tane en fazla üç olur bence, onu düşünürsek mesela burada bu uygulamayı bu şekilde kullan kullanıp bize alternatif yolu hiç çalışmadan müşterinin algısını hızlandırmak açısından mesela çok hızlı kullanılabilir. Yani zaman açısından sen bunu düşünürken promptunu ona göre yapıp ondan sonra buradan esinlenip başka bir şey çıkartabilirsin. O zaman o bağlantıyı iyi kurduğunda mesela tasarımcının pozitif uygulama açısından kullanımı bence sakıncalı

değil. O konuda yani bilinçli olarak kullanmak açısından söylüyorum. O bilinçle yaklaşırsan çok iş yapar.” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.1.4 İnsan (Tasarımcı) Müdahalesinin Önemi

Araştırmaya katılan tasarımcılar, Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının kullanılması durumunda, insan tasarımcının yapay zekâ araçlarının ürettiği görselleri yönetmesi ve estetik açıdan dengeli bir tasarım oluşturması için müdahale etmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu araçlar tarafından yapılan tasarımların kişiselleştirilmesi ve estetik dengeleri göz önünde bulundurulması, sonuçların profesyonel ve kullanışlı olması açısından önemlidir. Bu nedenle bu sürecin mutlaka bir tasarımcı tarafından yönetilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu durum, yapay zekanın şimdilik sadece bir araç olduğunu ve insan dokunuşunun ve yaratıcılığının tasarım süreçlerinde hala önemli olduğunu göstermektedir.

“Finale yaklaşan tasarımlar çıkıyor mu? Hayır yani mümkün değil. Yani bu bir tasarımcı için daha önce dediğimiz gibi ancak o ilk süreçteki o skeç zamanını aslında sürecini hızlandırıyor” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Ama burada tabi şeyler var hani 3 boyutlu veriyor logoların tasarımlarını bu logolar vektör olarak nasıl yapılır daha sonra bunlar hani küçük boyutu, büyük boyutu, çünkü 3 boyutlu olduğu zaman kullanışlı olur mu gibi sorunları ortaya çıkarıyor ama tabii bunlar sadece şu an taslak aşamasında fikir vermesi olarak değerlendiriyoruz. Bir tasarımcı mutlaka son müdahaleyi yapmalı” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bence tasarımcıya her zaman bir şekilde tasarımcı dokunuşuna ihtiyaç olacak” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...ilk aşamada daha tasarımın ilk aşamasında tıkanıldığımız noktada yardımcı olabilecek bir tool bu evet ama bu asla şey değil, işte verdim ben promptu bana

tasarımı çıkardı gibi bir şey kesinlikle şu an yok, ileride olabilir mi tabi ki ama zaten hani gününün sonunda elimizin kuvvetine hala daha çok ihtiyacımız var” (Katılımcı C, Kasım, 2023).

“Süslemeci bir tavır oluyor o nedenle bunu bir başlangıç olarak alıp buradan eksiltme yöntemiyle istediğimiz sonuca ulaşabilirdim”. (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Burada da bir takım aslında ilginç yaklaşımlar var. Forum özelinde hani sadeleştiği takdirde kullanılabilir bir şey çıkarabilir mi? Çıkarabilir ama ne derecede bunu kullanmak istediğimize bağlı aslında yani yapay zekayı mesela doğrudan bana iş ve işin tamamını oluştursun. Gibi bir yerden ele alırsak, evet, oralarda genellikle insan müdahalesi gerekiyor ama fikir aşaması açısından evet epey işe yarar sonuçlar çıkarır.” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Mesela bunlar da fena değil yani buralardan yol alınabilir hani yol gösterici olabilir bir öğrenci için ama tabii çok farklı bir yere de gidebilir. Çünkü bunlar çok da doğru yerde değil. Yine çok fazla materyal kullanıp orayı böyle biraz popülarist yaklaşımlarla zenginleştirmeye çalışmış bu noktada bilinçli bir kişinin müdahalesi olmalı mesela.” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.2 Yapay Zekâ Teknolojisinin (Dall-e) Grafik Tasarım Alanına Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Bu tema altında ilk olarak, Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının tasarım süreçleri üzerindeki verimliliği hız, sağladığı zaman tasarrufu ve spesifik bir araştırma aracı olarak kullanımının açısından değerlendirilmiştir.

İkinci aşamada, teknolojik zorluklar ve sınırlılıklar kapsamında Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının algılama ve yorumlama yetenekleri incelenmiş, tasarımcıların bu

teknolojiye uyum sağlama ve adaptasyon süreçleri değerlendirilmiştir. Son olarak Dall-e gibi yapay zekâ araçlarının etik ve yaratıcılık üzerine olan etkileri ele alınmıştır.

Tema (Boyut)	Kategori	Kodlar
Yapay Zeka Teknolojisinin (Dall-e) Olumlu ve Olumsuz Etkileri	Verimlilik	1.1 Zaman Tasarrufu ve Hız 1.2 Üretkenlik Değerlendirmesi 1.3 Spesifik bir ön araştırma aracı olarak kullanımı
	Teknolojik Zorluklar ve Sınırlılıklar	2.1 Algılama ve Yorumlama Yetenekleri 2.2 Başlangıç Seviyesinde İş üretimi 2.3 Teknolojik Gelişim ve Adaptasyon 2.4 Yapay Zeka Araçlarının Kullanımı 2.5 Sürekli Öğrenme
	Etik ve Yaratıcılık Üzerine Etkiler	3.1 Tasarım süreçlerindeki Özgünlük 3.2 Yaratıcılığın Sınırlanması

Şekil 4.25 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 2. kod sistemi

4.9.2.1 Verimlilik

Araştırma kapsamında tasarımcılar, çalışmalar sırasında deneyimledikleri Dall-e yapay zekâ aracının tasarım süreçlerinde bu araçların hızlı üretim gerçekleştirmesi, tasarımcılara büyük zaman tasarrufu sağlayabileceği ve üretkenliği artırabileceği konusunda oldukça faydalı bulmuşlardır. Ayrıca tasarım süreçlerinin başlangıç aşamasında spesifik bir ön araştırma aracı olarak da kullanılabileceği düşünülmüştür.

“...farklı konseptler denemek normalde hani çok zamanımızı alan bir şey olduğu için daha önce bahsettiğim işte atıyorum üç farklı yola gidilecek ve sen bu her yol için aslında oldukça bir zaman ayırıyorsun en azından olurunu olmazını bi, hissiyatını yakalayıp görsel olarak canlandırabilmek adına bence başarılı” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

...hani bütün var olan çikolata ambalajlarına bakmaktansa mesela sen zaten kafanda olan her şeyi yazıp görebiliyorsun öyle bir farkı var. Daha kapsamlı bir şey sunuyor sana araştırma” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Aynı zamanda daha önce de söylediğim gibi buradaki mesela efektler bizim bir 3D sanatçısıyla çalışmamız gereken şeyler. Hani bu anlamda burada bizim işimizi kolaylaştırdığını söyleyebilirim” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Yani aslında yapay zekanın seri tasarımlarda entegre olmuş hani seri tasarımlar yaparız ya işte atıyorum sütlü çikolata, beyaz, çikolata, bitter, çikolata bunların birbirini müthiş bir şekilde entegre olmuş ambalajlar yapmamıza da yardımcı olacağını görebiliyoruz, şu an” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bu kadar renk, bu kadar biçimi bir arada kullanması kararlarını vermesi bir profesyonel tasarımcı sektörde çalışırken, illüstrasyon çizerken her koyduğu öğenin, her elemanın orada kesin duracağından bu kadar emin olabilir mi üstelik bu hızla. Koyduğumuz her rengin her formun diğerleriyle olan ilişkisini tartıyoruz. Buradaki form çok hani yapısının zenginliği, çokluğu hem renk hem form dili o kadar fazla ki bu son çıktıyı elde edebilmek için kaç aşama gerekiyor hani bir insan için” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Ben mesela kendi adıma şunu yapıyorum, ciddi anlamda mockup üretirken yapay zekadan faydalaniyorum ve çok işime yarıyor” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Ben daha çok böyle şeylere bir inspration (esinlenme) hani nasıl bir düşünme biçimi üretiyor, bir Pinterest gibi bakıyorum açıkçası bir araştırma aracı gibi” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Tabii ki tasarımcı olarak pozisyonumuz bunu bir araştırma metodu ve araştırma aracı tool olarak kullanmak oluyor nihayetinde” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Ben hatta kendi işlerimde fikir başlangıç aşamasında kullanabiliyorum ve ihtimal yaratması açısından işe yarıyor” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Tasarımı yaparken bir illüstrasyon tarzını birazcık daha betimleyerek istediğimi yaptırma olasılıklarımı yükseliyor mesela burada, her zaman belki istediğimi vermeyecek çünkü her zaman o tadı beğenmeyebilirim ama hani buradan gördüğümüze göre ben buradan bir şeyler alıp gelecekte başka açıdan kullanabilirim. Tipografiyle çok güzel birleştirebilirim, illüstrasyon yapmakla veya onunla ilgili o illüstratörü bulmakla uğraşmaktansa bunu pat diye orada kullanabilirim, devreye sokabilirim. Zaman tasarrufu burada etkili. (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.2.2 Teknolojik Zorluklar ve Sınırlılıklar

Araştırma sürecinde tasarımcılar, yapay zekâ araçlarının özellikle Dall-e'nin, tasarım süreçlerindeki algılama ve yorumlama yeteneklerini ele alarak yazılan promptların bazen yapay zekâ aracı Dall-e tarafından tam olarak algılanamadığını ve zaman zaman kendi yorumunu ekleyerek beklenmedik sonuçlar ürettiği gözlemlenmiştir. Özellikle promptlarda belirtilen tipografik kullanım istemlerinin Dall-e tarafından yanlış algılandığını ve yanlış sonuçlar ürettiğini ifade etmişlerdir.

“Textle olan ilişkisi görselle olan ilişkisine göre çok daha başarısız. Bence zaten örneklerden görebiliyoruz. Mesela burada İstanbul Caz Festival textini aslında mozaik formunda görmek istediğimi söylemiştim. Ama o mozaik formu sadece görsele uyarlamış. Mesela textte gerçekten biraz sıkıntı yaşıyor” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...Tipografi çok daha arka planda kalıyor. Halbuki çok daha önde olması gerekiyordu. ...Yani kompozisyonu bütün postere yayalım demiştik. Mesela o konuda çok başarılı olduğunu söyleyemem” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...ben burada birinciye çok beğendim. Tabii ama orada da tipografik bir eksiklik var” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Ortadaki yuvarlağı niye koymuş onu bilemedim tabii ben onu koymazdım. Daha tipografiyi ön plana çıkarırdım” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...çünkü işte beyaz zemin üzerine metalik gold demiştik yani daha gold olabilirdi. Bence bu daha bir bakıra döndü. Yorumunu katmış gibi geldi, gerçekten bu gold değil. ... farkındaysan 16:9 istedik biz bunun formatını onu da yapmıyor” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Yani diğerleriyle kıyasladığımızda yapay zekanın aslında tipografinin ağırlıkta olduğu bu tarz afişler yapmak için uygun olmadığını şu anlık söyleyebiliriz, tabii ki güncellemelerle gelişecektir” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Swashed yazı karakterini yani fonta anlamamış hani oradaki beni düşündüren şey oydu swashed yani internette genel kullanımda swashed dediğimizde ne anlaşılıyor diye ben biraz bakındım hem ama benim zihnindeki swashed karşılamadı. Modern yazı karakteri deyince de. Yani evet bir sans serif yazı karakteri ama hani onun uyumunu gözetmemiş istediğim gold emboss etkisi de burada açıkçası yok. Yani bu modernlikten alışık görünümünden biraz uzak bir stil ortaya çıktı” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Burada biraz daha clean, yine bir şey yok, luxury hissi bence yani yok. Ben luxury yazarken daha minimal basit çizgilerle böyle bir şey bekliyordum” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Algılamakta bir problem çıkmış olabilir. Bazı şeyleri, kavramları netleştirmek gerekiyor olabilir mesela modern diye bir belirteç vardı aslında oranın üzerinde durulması gerekir. Burada modern olarak aslında bir tikanıklık söz konusu. Hani biraz daha dekoratif bir tutumda sağlamış bir içerik oldu bu, hani biraz karşılıklı olarak konuşarak ve daha temiz komutlar vererek daha doğru sonuca ulaşabilir. Bu henüz istediğim noktada değil” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“belki white space tanımlamasının çok fazla anlayamıyor olabilir sanki mesleki olarak white space dediğimiz şeyi anlamamış olabilir” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Mesela çok fazla gereksiz eleman koyuyor. Mesela hani hiç söylemediğimiz elemanları çikolata diye çikolataya benzeyen semboller koyuyor. Halbuki biz öyle sembol koy demedik. Yani hani öyle bir şey demedim ben kendisi çok fazla yorum katıyor, çok fazla şey hani bilmeyince hani elinde ne varsa o verilerde onu da koyayım bunu da koyayım hani güzel bir o kompozisyon yaratayım diye bilgisinde ne varsa onları koymaya istiflemeğe başlamış yani buradan o anlaşılıyor. Tabi bu istediğimiz bir şey değil” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.2.3 Etik ve Yaratıcılık Üzerine Etkiler

Araştırma kapsamında tasarımcılar, Dall-e yapay zekâ aracının tasarımcıların yaratıcılığını kısıtlayabileceğini ve yönlendirebileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca oluşturulan görsellerin tam anlamıyla özgünlük açısından yeterli olamayacağını ve bu teknolojinin sadece tasarım süreçlerinde ilham alma ve eskiz aşamasında kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir.

“Ama belki bazen de şey de sınırlandırıyor olabilir. Kişisel fikirlerimizi, yaratıcılığımızı istemsiz bir şekilde başka bir yere de yönlendirebilir bizi. Hani o yüzden biraz karmaşık fikirler içerisindeyim” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bize fikir vermesi aşamasında kullanılabilir. Ama mesela bu yarattığı caz afişini diyelim biz bir şekilde biraz editledik aldık kullandık. Hani bu ne kadar etik olur ya da bu ne kadar yaratıcı olur? O kısımda sadece düşüncelerim var” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bir şeyi alıp direkt hiç kullanmayı zaten tercih etmedim çünkü yani çokta güzel olsa bile e ben bunun neresindeyim? Özellikle böyle genel promptlarda hani bunun müşteri de isteyebiliyor ya çikolata logosu yap bana diyor. Hani bu sefer bir tasarımcı olarak ben o tasarımcı kimliği yerinde olmuyorum. O yüzden ben daha çok böyle şeylere bir inspration olarak bakıyorum” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Ya biraz beni şey endişelendirmiyor da değil açıkçası yani buraya da çok bel bağlamamak lazım. Hani bir research olarak bile şey olsa bizi biraz tembelleştirir mi diye bir endişem var” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“...aslında bunu bir araç olarak kullanıyoruz yani eğer kendimiz dışında bir şey yaratıyorsa zaten orada tasarımcı bakışı söz konusu değil” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.3 Tasarımcının Rolü ve Perspektifi

Bu tema altında ilk olarak, tasarımcının Dall-e gibi yapay zekâ uygulamalarına bakış açısı ve adaptasyon süreci ele alınmış daha sonra mesleki rollerinde olası değişim ve gelişim konuları üzerine görüşler bildirilmiş ve son olarak grafik tasarım kapsamında yapay zekâ uygulamalarının geleceği ve bu alandaki beklentiler incelenmiştir.

Tema (Boyut)	Kategori	Kod
Tasarımcının Rolü ve Perspektifi	Tasarımcıların Yapay Zekaya Yaklaşımı	1.1 Bakış Açıları ve Algılar 1.2 Teknolojiye Adaptasyon ve Benimseme
	Mesleki Değişim ve Gelişim	2.1 Mesleki Rollerde Evrim 2.2 Teknolojik Değişimlere Uyum 2.3 Teknolojinin Eğitim Süreçlerine Entegrasyonu

Şekil 4.26 Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan 3. kod sistemi

4.9.3.1 Tasarımcıların Yapay Zekâ Uygulamalarına Yaklaşımları

Araştırmaya katılan tasarımcılar, Dall-e gibi yapay zekâ uygulamalarının genel olarak tasarım süreçlerinde, tasarımcıların kullanabileceği bir araç olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, tasarımcılar bu yapay zekâ araçlarının kullanımında öğrenme ve adaptasyonun önemli olduğunu ve bu teknolojilerin gelecekte tasarım süreçleri içerisinde daha fazla kullanılabileceğini ifade etmişlerdir.

“Mesela fika yeni bir marka ve müşteri markanın tonajını tam açıklayamamış sende o yüzden 3 farklı yola gidiyorsun daha illüstratif bir yola gideceksin daha tipografik bir yola gideceksin ve bu her bir yolu aslında finalize etmen için bir sürü şey denemen gerekiyor. Bir tasarımcı olarak mesela bu süreçte bu araç hani en azından bunun olup ya da olmayacağını ya da hani nasıl gözükeceğini en basit ilk seviyede gösterebiliyor sana bence bu güzel bir şey ve bunu kullanabiliyor olmamız gerekli” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bence bu şeyler araçlar işimizi kolaylaştıracak ve hani daha hızlanmamızı sağlayacak diyebilirim” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“...burada tasarımcının yazdığı promtlarda, kullandığı kelimelerinde etkisi olabilir. Sonuçta bu toolu (aracı) kullanabilmemiz için şu anda öncelikle sürekli öğrenmemiz lazım tam olarak yani biz onu öğreneceğiz ki onu anlayacağız ki, bizi anlayabileceği dilden bir şeyler söyleyebilelim ona” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bundan müthiş doğru bir tasarım olmasını beklememeliyiz zaten şu anda bu toolu (aracı) kendi işinize yarayacak en doğru şekilde kullanmayı becerebilmeliyiz” (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Günün sonunda bunun uygulanabilir bir proje hani grafik tasarım endüstrisinde bir yer edinebilmesi için yarın öbür gün işte bu proje tamamen AI geliştirildi damgasını taşıyabilmesi için işin sonunda işin ehli profesyonelleri tarafından projelendirilmiş olması gerekiyor” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“...adaptasyon için ben tabii elimden gelen çabayı gösteriyorum falan prompt yazma sürecinde de kendimi ciddi anlamda geliştirmek istiyorum. Yani dediğim gibi şuna artık gerçekten inandım, iyi bir tasarımcı bence artık iyi de bir yazar olmalı...” “... yani Yurdaer hoca'nın sanırım bir şeyi vardı yani hiç gitar çalan tasarımcıyla çalmayı bilmeyen tasarımcı bir olur mu diye bir şey vardı bence o da doğru iyi yazan, tasarımcıyla yazmayan da bir olmaz aynı şekilde. O yüzden bence bize aslında güzel bir challenge getiriyor. Bu kendimizi geliştirmemiz adına bir meydan okuma çıkarıyor” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“...önceden süreç çok uzun olabiliyordu tasarım açısından özellikle müşteriyle çalışırken sonuca yakın bir çıktı, yakın bir ifade sunabilme kısmı epey şey olabiliyor uzun sürebiliyor. O süreyi kısaltma açısından ve nereye gitmesi gerektiği konusunda ya da nereye gidilebileceği konusunda bir yarar

sağlaması aslında bunu araç olarak daha işe yarar ve faydalı kırılıyor” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Grafik tasarımcılar için üretilen programlar daha bilinçli yaklaşmanın yolunu açabilir. Yani bu Dall-e şey olabilir genel herkesi hitap edebilir ama belki biz Dall-e'yi kullanmayacağız da kendi programlarımızın içerisinde daha gelişmiş AI kullanacağız ve o AI zaten bizim işimizde rol oynayacak ama dediğim gibi çok iyi ifade edebiliyor olmamız gerek. Belki zamandan hızlandırma açısından. Birçok denemeyi eş zamanlı yapabilirsin bir tane prompt yazarsın onun farklı yerlerinde üç beş yerini sen tasarım yapmadan eskiz yerine kullanabileceğin bir pozisyon alabilir orada. Ondan sonra eskizden sonra ilerlersin veya gidersin. Biraz hızlandıracak süreci bence tasarım sürecini.” “...ve bizim daha bilinçli olarak iyi cümleler kuruyor, anlatıyor olmamız lazım. Belki onun anlayacağı bazı diller gelişecek yani çok kesin hani öyle bir dili belki öğrenmemiz gerekecek” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.3.2 Mesleki Değişim ve Gelişim

Araştırmaya katılan tasarımcılar, Dall-e gibi yapay zekâ uygulamalarının gelişimi ve grafik tasarım alanına entegrasyonu birlikte tasarımcıların tasarlama süreçlerinde fazla zaman harcadıkları bazı işlere artık zaman ayırmak yerine daha yaratıcı alanlarda etkin olabileceklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, teknolojik değişimlere uyumun önemli olduğunu ve tasarımcıların bu teknolojilerden kopmadan kendilerini güncel tutmaları gerektiği ifade ederek, eğitim sektöründe de bu teknolojilerin entegrasyonunun gerekliliği ve önemli olduğunu belirtmişlerdir.

“Bir tasarımcının özgün ve kendine has yaratıcılığının dokunuşunu asla gerçekleştirebileceğini düşünmüyorum illa bir tasarımcıya ihtiyaç olacaktır ama ileride iyi bir yardımcı olabilir” (Katılımcı A, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Bence tasarımcıya her zaman bir şekilde tasarımcı dokunuşuna ihtiyaç olacak ama tabi teknolojiyle beraber bu şeyler araçlar işimizi kolaylaştıracak ve bizim hani diğer işler için vakit kazanmamızı sağlayacak” (Katılımcı B, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

Hani ilerde yakın bir gelecekte işte bu toolları (araçları) nasıl kullanacağız hatta yapay zekayı nasıl kullanacağız, onunla nasıl konuşacağız, ondan neyi, nasıl isteyip de neye dönüştürebiliriz dersleri vereceğiz okullarda, yani öğretim elemanlarının da üniversitelerde bu toollara entegre olması lazım. Çünkü her geçen gün daha iyi bir hale gelecek ve biz buna ne kendimiz sırtımızı çevirmemiz lazım, ne de öğrenciyi küstürmememiz lazım. Çünkü hani öğrenci öğrenci deyip geçmemek lazım. Yani sonuçta bizim elimizden geçip de sektörün yeni halini oluşturacak insanlar onlar (Katılımcı C, Kişisel iletişim, Kasım, 2023).

“Director ya da yani bir danışma veya tam olarak direction yönetmen olacak, görsel yönetmenliğin gerçekten hani bir dönem içi boşaltılmıştı ya şu anda biz gerçekten bir görsel yönetmen olabiliriz. Çünkü bir görsel yönetmen, hani altında çalıştırdığı kişilerin çıkardığı işlerin, insan üretimi, işleri yönetip onlara bu feedbackleri vererek iyi bir sonuca ulaştırmaya çalışıyordu ya şu an o süre çok kısaldı. Grafik tasarımdan bir alanı yönetiyoruz ama tasarımcının şimdi AI’ın nasıl çalıştığını da bilmesi gerekiyor, prompt yazımını bilmesi gerekiyor o anlamda biraz yönetmenlik çok doğru bir kavram gibi geliyor bana bu işte hani direction konusu çok daha doğru. ...görsel küratörler oluyoruz yani gerçekten hani o anlamda çıktığı bir görsel imge, imaj olduğu için burada onu söylüyorum o noktada”. ...İkinci sınıfın sonuna doğru ya da üçüncü sınıfta bu aracı, ilk projelerinde eskiz, yani ilk haftalarda oluşan o ay ben ne düşünüyorum ama çıkaramıyorum, yapmak istediğimi gösteremiyorum dedikleri yani yapmak istediğimi yapmak çok zaman oluyor denen noktada bence kesinlikle şöyle bir şey de olabilir, herkes aklındaki fikirleri yazıyla yazsın denebilir, ya da bir moodboard oluşturmak gibi bu moodboardlarını ya da böyle textboard gibi bir şey oluşturabilirler ve bunun üstüne bence aynen seninle yapıldığı gibi hocalarının yanında bunların neden iyi olup, neden iyi olmadıklarını birlikte tartışabilirler. Yani sonuçta sanki x kişisi onlara art

direction, hani bir şey yapmış bir junior bir şey üretmiş onlarda yorumluyor gibi aslında, senior onlar hani bu bir şey gibi bir masa başında şu an yaptığımız gitmek durumunu yapmak gibi” (Katılımcı D, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Yani şöyle düşünüyorum, benim ciddi süredir kafamda olan sana ilk başta dediğim biraz bizim iyi yazarlara dönüşmemiz gerekecek ve şey tehlikesi belki birazcık olabilir mi? Gerçi çokta önemli değil ama iyi Metin yazarlarının iyi tasarımcılara dönüşme olasılığı artabilir ama tabi bunun için yine belli bir kompozisyon, bir tasarım eğitimi gerekiyor. Sadece iyi yazar olmak yetmiyor bence. Yani bunun ben ileride bir şeye dönüşeceği kanaatindeyim bir Adobe eklentisi gibi bizim için bir tool olacak bence yararlandığımız kullandığımız işte görsel ürettiğimiz bir Shutterstock gibi falan filan ben free olarak mesela kullanıyorum bazen çok da memnunum. Özellikle moodboar falan yaparken çok işime yarıyor. Yani işte direkt seçip bir şeyler ekliyorum falan. O yüzden bence bir tool olur bizim için ama bizi de biraz ileri gitmeye zorlayacak. Yani hani adapte olmaya zorlayacak en azından onu da anlamamız gerekecek” (Katılımcı E, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Yani şöyle aslında tasarımcılığı nereden ele aldığımıza göre daha operatör kısmını ele alıyorsak, muhtemelen belli bir oranda büyük bir oranda sekteye uğratacaktır ama karar verme pratiği açısından ele alıyorsak, tasarımcının rolü sabit kalacak gibime geliyor yani eğer karar verici pozisyonda isek pozisyonumuza çok iyi oynama olmayacak. Sadece müdahale kısmında hani profesyonel müdahale kısmında her zaman yaptığımız gibi bir rol olarak yer alabiliriz. Şu ana kadar aslında hani eğitilmiş olmak ya da işte tasarım eğitimi almış olmak biraz o pozisyonla ilgili. Yani zaten eğitilmiş bir tasarım disiplinden geçmiş birisi olarak yönetici pozisyonda oluyorsunuz sürekli hani araçların dışında bir tasarımcı pozisyonu vardı. Aslında her zaman endüstriyel olarak neyin, nasıl yürütüleceğine karar veren, yani işlem takibini yapan birisi vardı ve de ona genellikle tasarımcı diyorduk. Burada da aslında pozisyon aynı olacak. Sadece şey araçlarla olan mesafe kısalıyor” (Katılımcı F, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Kendi mesleğimizin birazcık daha detaylarını bilip görsel bir kontrol yaratmaya çalışıyoruz ya o dünyada her şeyi kontrol edilebilir, yapıyoruz, sürdürülebilir, kılıyoruz falan filan bazı yaptırımlar uyguluyoruz onu bilinçli olarak yapmak aslında mesleğimizin bazı es geçtiğimiz detaylarını bize tekrardan hatırlatıp aynı zamanda doğru dille doğru sade şekillerini belki bu araç önümüzdeki dönem içinde yeni bir dil yani tasarım dili oluşturma açısından eksik kalan bu tasarım dili dediğimiz şeyi oluşturabilir” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

“Aslında brief vermeyi kimse bilmiyor ya mesela normalde halbuki bununla müşteriden gelen brifing üzerine tasarım briefine bu promptlara göre bir dil oluşturulmaya çalışırsak ve bu araçtan verim aldığımızı çok net olarak görürsek o zaman demek olur ki, madem AI anlıyorsa normal insan yapısı zaten bunu çok daha net anlıyor olabilir. Ben zaten anlattığım şeyi de hikayemi de öncesinden yazarsam müşteriye kendimi anlatırım. Anlattığımda da AI'ın çıkarttığı sonucu dedim ki işte promptta yazdığım veriler benim zaten kendi aldığım briefin görsel niteliklerle onun hedefi bağlantısında olabilecek cümle yapılarını sunmuş olacak. Evet ha o zaman ne olacak? Aslında ben de kendimi birazcık daha buna göre yetiştirmiş olacağım ki çünkü biz de tasarım dilinin nasıl olur, nasıldır falan filan diye bir ders yok. Öğretilen bir şey de yok. Sen yaptıkça öğreniyorsun ama bunu buralarda öğrenirsen o zaman belki birinci sınıftan ilk derslerde bunu öğrenmeyi yaparsan ondan sonra sen kendini de aslında brieflemeyi ve daha doğrusuna daha başarıya ulaştırmanın yollarını daha netleştirmeye gitmiş olabilirsin. Yani orada bir artısı olabilir bunun bize yani hani negatif etkisinden de pozitif etkileri o yönde bizi besleyebilir diye düşünüyorum” (Katılımcı G, Kişisel iletişim, Aralık, 2023).

4.9.4 Araştırmacının Gözlemleri

Tez kapsamında yapılan bu araştırmada, çalışmalar öncesinde iletişime geçilen bazı katılımcı adayları, önce çekimser bir tavır sergilemiş daha sonra çalışmaya katılmamayı tercih etmemişlerdir. Çalışma öncesi, katılımcılardan Dall-e yapay zekâ aracı ile görsel çıktılar oluşturmak için verilen brieflere dayalı promptlar yazmaları gerekliliğinin katılımcı adayları için yeni ve alışılmadık bir süreç olması katılımcıların

bu çalışmaya çekimser ve temkinli bir yaklaşım sergilemelerine neden olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, çalışmaya katılım sağlayan diğer katılımcıların da Dall-e yapay zekâ aracının ürettiği sonuçları beklemediklerini ve aldıkları sonuçların onları şaşırttığını ifade etmişlerdir.



5. TARTIŞMA

Yapay zekâ teknolojilerinin hızla ilerlemesi, birçok sektörde olduğu gibi grafik tasarım sektöründe de temel süreçlerin ve uygulamaların yeniden düzenlenmesini gerekli kılmaktadır. Fakat, yapay zekâ teknolojisinin grafik tasarım süreçlerine nasıl dahil edilebileceği ile bu durumun üretkenlik, yaratıcılık ve tasarım süreçleri üzerindeki etkileri henüz tam olarak bilinmemektedir. Bu nedenle, tasarımcıların yapay zekâyâ nasıl adapte olabilecekleri, bu teknolojiye karşı olan tutumları ile bu teknolojinin tasarım süreçlerine getirdiği yeniliklerin incelenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, çalışmada yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanına nasıl dahil edileceği, tasarım süreçleri ve tasarımcılar üzerindeki etkileri ile bu yeni teknolojik dönüşümün grafik tasarım alanında hangi olası değişimlere yol açabileceği problemlerine odaklanarak, bu teknolojinin grafik tasarım süreçlerine olası etkilerini, tasarımcıların yapay zekâ teknolojisine adaptasyon sürecini, bu teknolojiye bakış açılarını ve bu teknolojinin getirdiği yenilikler ile grafik tasarım alanındaki olası değişimlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

5.1 Araştırma Soruları

Bu doğrultuda, çalışma kapsamında yapay zekâ uygulamalarının tasarım süreçleri ve tasarımcıların çalışma dinamikleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri, prompt oluşturma pratiğinin sonuçta elde edilen tasarımın niteliğine olan etkileri ve tasarımcıların yapay zekâ uygulamalarını kullanırken karşılaştıkları zorlukları ele alan üç araştırma sorusu sorulmuştur. Bu bölümde araştırma soruları alt başlıklar şeklinde açıklanmıştır.

5.1.1 Dall-e Gibi Yapay Zekâ Tabanlı Uygulamaların Tasarım Süreçleri ve Tasarımcıların Çalışma Dinamikleri Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri Nelerdir?

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular sonucunda, Dall-e yapay zekâ aracının tasarım süreçlerine dahil edilmesinin hızlı üretim gerçekleştirmesinden dolayı

tasarımcılara büyük zaman tasarrufu sağlayabileceği ve üretkenliği artırabileceği, tasarım süreçlerinin başlangıç aşamasında spesifik bir ön araştırma aracı olarak da kullanılabilirliği bu teknolojinin olumlu yönü olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, Dall-e yapay zekâ aracının tasarım süreçlerinde kullanımının, tasarımcıların yaratıcılığını kısıtlayabileceği ve yönlendirebileceği gibi endişelerin oluşumuna neden olduğu, Dall-e ile oluşturulan görsellerin tam anlamıyla özgünlük açısından yeterli olamayacağının düşünülmesi olumsuzluk olarak değerlendirilmiş, bu teknolojilerin sadece tasarım süreçlerinde ilham alma ve eskiz aşamasında kullanılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

5.1.2 Tasarımcının Tasarım Sürecini Başlatırken Prompt Oluşturma Pratiğinin Sonuçta Elde Edilen Tasarımın Niteliğine Olan Etkileri Nelerdir?

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular sonucunda, Dall-e yapay zekâ aracı ile görsel oluşturmak için yazılan promptların elde edilen çıktılar üzerinde direkt etkisi olduğu gözlemlenmiş ve bu doğrultuda görsel çıktı elde etmek için yazılan promptların ayrıntılı ve net bir şekilde yazılmasının istenilen sonuca ulaşmak için gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda, tasarımcıların etkili bir şekilde prompt oluşturabilmesi için mesleki terminolojiye hâkim olmaları gerektiği ve alıştıkları tasarlama süreçlerinden farklı olarak yazınsal yeteneklerinin de geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

5.1.3 Tasarımcıların Dall-e Uygulamasını Kullanırken Karşılaştıkları Zorluklar, Uygulamanın Avantajları ve Dezavantajları Nelerdir?

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular sonucunda, Dall-e yapay zekâ aracının (Dall-e 3, 2023 versiyonu) yazılan promptları bazen tam olarak algılayamaması ve zaman zaman kendi yorumunu ekleyerek beklenmedik sonuçlar üretmesi, özellikle tipografinin dahil edildiği görsel istemleri tam olarak gerçekleştirememesi ve bu yönde yanlış sonuçlar oluşturması bir dezavantaj olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, Dall-e'nin tasarım süreçlerinde kullanımının hız ve verimlilik açısından oldukça avantaj sağlayabileceği ayrıca bu teknolojiyi tasarımcıların yeni spesifik bir ön araştırma aracı olarak da kullanılabileceği ve tasarımcıların üretkenliğini artırarak, yaratıcı süreçleri için daha fazla zaman oluşturabileceği durumu ise bir avantaj olarak

görülmüştür. Ek olarak, tasarımcıların bu teknolojik değişimlere uyum sağlaması gerektiği ve bu teknolojilerden kopmadan kendilerini sürekli güncel tutarak geliştirmelerinin oldukça önemli olduğu sonucuna varılmış, bunun bir teknolojik adaptasyon zorluğu olabileceği düşünülmüştür.

5.2 Tartışma

Yapılan vaka çalışmaları sonucunda grafik tasarım alanında yapay zekâ kullanımının tasarım süreçleri üzerindeki etkisine bakıldığında prompt yazma pratiğinin elde edilen sonuçlar üzerinde direkt etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Tasarımcının doğru prompt yazma becerisine sahip olması elde edilen sonuçların verimliliğini artırmaktadır. Kulkarni ve arkadaşlarının, 14 kişilik profesyonel olmayan tasarımcılarla yaptıkları bir çalışmada, tasarımcıların yapay zekâ ile görsel oluşturmak için yazdıkları promptları, süreç içerisinde test ederek geliştirip daha iyi sonuçlara ulaşabildiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmada, tex to image (metinden görüntüye) yapay zekâ modellerinin tasarım süreçlerinde kullanmasının, tasarımcılara hızlı bir keşif süreci sağladığı, bu araçların sadece sonuç odaklı araçlar olmaktan öte tasarım süreçlerini yenilikçi bir şekilde geliştirebildiği, hızlı ve etkili bir şekilde yeni tasarım fikirlerinin oluşumunu sağladığı ve tasarım sürecini daha yaratıcı ve dinamik bir hale getirdiği belirtilerek tasarımcı olmayan kişilerinde etkili işler üretebileceklerini ve tasarım süreçlerine dahil olabilecekleri ifade edilmiştir (Kulkarni, ve diğerleri, 2023). Bu tez kapsamında elde edilen bulguların da bu yönde olduğu, bu teknolojilerin kullanımı ile tasarım süreçlerinin hızlanabileceği, konsept ve fikir geliştirme aşamasında etkili bir şekilde kullanılabileceği, yeni fikirlerin oluşumunu sağlayarak ilham kaynağı olabileceği ve bu doğrultuda tasarım süreçlerindeki verimliliğin artabileceği sonucuna ulaşılmış, fakat tasarımcı olmayan kişilerin de etkili görseller üreterek tasarım süreçlerine dahil olabilecekleri yargısına varılmamıştır. Tasarımcı olmayan kişilerin bu araçlar sayesinde etkili görseller elde edebilecekleri olası bir durumdur, fakat bu araçların belli bir tasarım bilgisine sahip kişiler tarafından kullanılmasının oluşturulacak tasarımların niteliği ve işlevselliği açısından önemli ve gereklidir. Ayrıca, bu teknoloji ile bilinçsizce üretilen tasarımların giderek birbirine benzeme ve aynılışma olasılığı benzersizliğin ve bireyselliğin azalmasına neden olabilir. Bu durum, yaratıcılığı ve özgünlüğü önemseyen bir sektör için ideal değildir (Mustafa, 2023). Bu çalışma kapsamında, yapılan vaka çalışmalarında, çalışmaya katılan

tasarımcıların görüşleri ise, yapay zekâ ile oluşturulan görsel çıktının kişiselleştirilmesi ve estetik dengesinin sağlanması açısından, mutlaka bir insan tasarımcı tarafından son müdahalesinin yapılması gerektiği yönünde olmuştur.

Shree Damodar Ticaret ve Ekonomi Koleji'ndeki öğrenciler ile gerçekleştirilen grafik tasarım projelerine yapay zekâ entegrasyonu çalışmasında, öğrenciler yapay zekânın grafik tasarım süreçlerini hızlandırarak, yaratıcılığı desteklediğini belirtmiş ve bu teknolojiyi ilham veren bir araç olarak tanımlamış, bu teknolojinin tasarımcıların yerine geçemeyeceğini, nihai sonuca ulaşmak için bir insan tasarımcı tarafından yönetilmesi gerektiğini vurgulamışlardır (Luis, 2023). Hashemieh de (2020) yapay zekâ tasarım araçlarının kullanımını ve bunların grafik tasarımcılar üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında, yapay zekâ tasarım araçlarının grafik tasarımcılar için faydalı olabileceği, tasarımcılara zaman ve enerji tasarrufu sağlayabileceği, ancak bu araçların grafik tasarımcıların yerini almasının beklenmediği sonucuna varmıştır.

Hien, (2023) çalışmasında tasarımcıların, gelişen yapay zekâ teknolojilerinin artan etkilerine uyum sağlayabilmeleri için yaratıcılık, empati ve eleştirel düşünme gibi becerilerini geliştirmeleri gerektiğini belirtmiş, bu alandaki gelişmeleri takip ederek sürekli güncel kalmalarını önermiştir. Ayrıca bu teknolojinin grafik tasarım alanı üzerindeki önemli etkisine rağmen insan tasarımcıların yerini tamamen almasının pek olası bir durum olmadığını, aksine tasarımcıların üretkenliğini artıracak ve geliştirecek bir araç olarak görüldüğünü ifade etmiştir. Meron'un ise (2022) araştırmasında yapay zekâ teknolojilerinin tasarımcılara fırsatlarla birlikte zorluklarda sunduğunu belirterek, bu teknolojinin inovasyon ve otomasyon yoluyla tasarım süreçlerini geliştirebileceğini fakat tasarımcıların bu teknolojinin araştırma ve geliştirmesine dahil olmalarının önemli bir ihtiyaç olduğunu düşünmektedir. Bu doğrultuda grafik tasarımcıların ve bilgisayar mühendislerinin arasındaki iş birliğinin daha fazla olması gerektiğinin altını çizerek bu iş birliğinin grafik tasarım alanında gelişmekte olan yapay zekâ teknolojisinin tasarımda sadece işlevsel sonuçlara odaklanmamasını, aynı zamanda tasarım disiplininin yaratıcı ve kavramsal yönlerini de keşfetmesini sağlayabileceğini düşünmektedir. Ayrıca grafik tasarımcıların alanlarında gelişen ortamlarına uyum sağlayabilmeleri için bu teknolojiler ile daha fazla ilgilenmeleri gerektiğini, yapay zekâ araçlarının grafik tasarım alanında kullanılmasının, bu alanın gelişmesinde önemli bir rol oynadığı, bu nedenle tasarımcıların ve grafik tasarım

eğitiminin, bu yeni teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak güncellenmesinin gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular sonucunda da grafik tasarımcıların yapay zekâ teknolojilerine adaptasyonunun oldukça önemli olduğu ve tasarımcıların bu alanda kendilerini güncel tutarak öğrenime açık olmaları gerektiği özellikle, prompt yazma becerilerini artırmalarının bu teknolojileri etkili bir şekilde kullanmalarına olanak sağlayacağı sonucuna varılmış, ayrıca bu teknolojilerin oldukça etkili bir grafik tasarım aracı olarak kullanılabileceği ifade edilmiştir.

Yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanına işlevsellik ve estetik açılarından nasıl yeni fırsatlar sunabileceğinin araştırıldığı bir çalışmada, bu yeni teknolojinin grafik tasarım alanını önemli ölçüde iyileştirdiği, alışılmış yöntemlere göre daha karmaşık ve estetik durumlara iyi çözümler sunduğunu belirtmiştir (Liu, 2023). Li ise, (2021) grafik tasarım süreçlerinde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının, daha yenilikçi ve etkili tasarımların oluşumuna olanak sağlayabileceği ve bu teknolojilerin grafik tasarım alanında büyük bir değişim oluşturma potansiyeline sahip olduğunu belirtmiştir.

Tez kapsamında, vaka çalışmalarına katılan tasarımcılar yapay zekâ teknolojileri ile oluşturulan işlerin özgünlüğü açısından endişelerinin olduğunu ve yapay zekâ ile üretilen işlerin direkt kullanımının doğruluğundan emin olmadıklarını, bu üretim şeklinin onları tatmin etmeyeceğini ifade ederek, yapay zekâ teknolojilerinin kolay üretim sağlamasından dolayı tasarımcıların tembelleşme olasılığının olabileceğini bu nedenle yaratıcı süreç üzerinde negatif bir etkisinin de olabileceğini ifade etmişlerdir. Fatima, Designing with AI (Yapay Zekâ ile Tasarlamak) (2023) adlı çalışmasında, tasarımcıların tasarım süreçlerinde tamamen yapay zekâ teknolojilerine güvenmelerinin oluşturulacak tasarımların özgünlüğünü ve yaratıcılığını azaltabileceğine dair kaygıların olduğunu belirtmiştir. Bunun nedenini ise, tasarımcıların fikir oluşturmak için bu teknolojiye bağımlı hale gelme olasılığının üretilen tasarımların giderek aynılaşmaya başlayabileceği olarak açıklamış ve bu durumun tasarımcıların tembelleşmesine yol açabileceğini ifade etmiştir.

Melamin, (2022) yapay zekâ ve otomasyona karşı grafik tasarımcı ve metin yazarlarının tutumlarının incelendiği çalışmada tasarımcıların yapay zekâyı bir tehdit olarak görmediklerini, aksine rutin görevleri devralarak yaratıcı faaliyetler için

insanlara alan açabilecek fırsatlar olarak düşündüklerini ortaya koymuştur. Bu tez çalışmasına katılan tasarımcılarında hemen hemen aynı görüşte olduğu gözlemlenmiş fakat etik ve özgünlük açılarından endişelerinin olduğunu ifade etmişlerdir.

Tez kapsamında yapılan çalışmalar ve alanyazın değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan genel görüş, grafik tasarım alanındaki yapay zekâ uygulamalarının gelecekte tasarımcıların yerini alamayacağı aksine tasarımcıların gündelik işlerini otomatikleştiren ve tasarım süreçlerinde yaratıcılığı destekleyen araçlar olarak işlev göreceği şeklindedir. Bu bağlamda, geleceğin tasarım profesyonellerinin, sürekli değişen teknolojik ortamlara uyum sağlayarak çalışabilmeleri için gerekli bilgi ve becerilere sahip olabilmeleri gerekmektedir.

Grafik tasarımın ve yapay zekâ disiplinlerinin kesişiminde var olan alanyazın incelendiğinde ise genellikle teknolojik gelişmelerin teorik potansiyellerinin ele alındığı görülmüş ve spesifik olarak tasarım süreçlerinde bu teknolojilerin pratik deneyimi üzerine fazla ayrıntılı vaka çalışmalarına rastlanmamıştır. Bu nedenle, çalışma kapsamında elde edilen verilerin, araştırma bulgularının ve incelemelerin alanyazındaki bir boşluğu doldurarak bu alanda çalışmalar yapan diğer araştırmacılara kaynak oluşturacağı umulmaktadır.

Çalışmada, temel olarak grafik tasarım ve yapay zekâ konularına odaklanmış ve yapay zekânın grafik tasarım alanı dışında diğer alanlardaki kullanımı ile etkileşimine yer verilmemiştir. Bu kapsamda, çalışmada grafik tasarım ve yapay zekânın tanımı yapılmış ve yapay zekânın tarihsel sürecine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca, grafik tasarım alanı ve yapay zekâ teknolojisinin etkileşimine ve kullanımına odaklanılmış ve tasarım endüstrisi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu sınırlamalar, odaklanılan konulara ilişkin bir inceleme sunarken, yapay zekânın diğer alanlardaki uygulamalarına ve kullanımına ilişkin bilgi sağlamamaktadır. Ek olarak, çalışma 7 katılımcı ile sınırlandırıldığı için geniş bir çeşitlilik sunmamaktadır. Bu nedenle, gelecekteki çalışmaların elde edilecek verilerin çeşitliliği açısından, daha geniş katılımcı gruplarıyla yürütülmesi önerilmektedir. Ayrıca, gelecekteki araştırmalarda, insan-yapay zekâ iş birliğinin optimizasyonuna odaklanarak tasarım süreçlerinin iyileştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması oldukça önemli bulunmakta ve önerilmektedir.



KAYNAKLAR

- Awan, A. A. (2023, 07). *What is DALL-E?* Datacamp:
<https://www.datacamp.com/blog/what-is-dall-e> adresinden alındı
- Brownlee, J. (2019, 07 19). *A Gentle Introduction to Generative Adversarial Networks (GANs)*. Machine Learning Mastery :
<https://machinelearningmastery.com/what-are-generative-adversarial-networks-gans/> adresinden alındı
- Cass, J. (2019, Mayıs 5). *Artificial Intelligence & Its Impact on the Design Industry*. Just Creative: <https://justcreative.com/artificial-intelligence-design/> adresinden alındı
- Che, R. (2022). Research on Application of Computer Artificial Intelligence Technology in Digital Media Interactive Design System. *International Conference on Artificial Intelligence and Computer Applications (ICAICA)*, (s. 932-935). Scotland, UK.
- Chong, L., & Yang, M. (2023). AI VS. HUMAN: THE PUBLIC'S PERCEPTIONS OF THE DESIGN ABILITIES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE. *Proceedings of the Design Society*, 495-504.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria . *Department of Social and Behavioral Sciences*, 418-427.
- Cui, M., Kim, M., Choi, S., & Lee, S. (2022, 11 30). The Usage and Impact of GAN in Graphic Design. *Korean Society of Design Science*, s. 285-307.
- Design is All Around You*. (2023, 12 10). Promotion, Japan Institute of Design: <https://www.jidp.or.jp/en/about/firsttime/whatsdesign> adresinden alındı
- Diab, M., Herrera, J., Sleep, M., Chernow, B., & Mao, C. (2022, 11 13). *Mohamad Diab; Julian Herrera; Musical Sleep; Bob Chernow; Coco Mao*. Internet Archive: <https://archive.org/details/stable-diffusion-prompt-book> adresinden alındı

- Dictionary. (tarih yok). Dictionary: <https://www.dictionary.com/browse/design> adresinden alındı
- Dilek, G. Ö. (2019). YAPAY ZEKANIN ETİK GERÇEKLİĞİ. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 47-59.
- Economist, T. (2022, 06 11). *How a computer designed this week's cover*. The Economist: <https://www.economist.com/news/2022/06/11/how-a-computer-designed-this-weeks-cover> adresinden alındı
- Enniful, E. K., & Boakye Amponsah, A. (2022). The İmpression of Technology Education on The Graphic Design Programme at Takoradi Technical University. *International Journal of Education, Learning and Development*, 1-15.
- Erdem, A., & Erdem, E. (2020). *Yapay zekâ ile gerçekliğin üretimi*. Sarkaç: <https://sarkac.org/2020/09/yapay-zeka-ile-gercekligin-uretimi/> adresinden alındı
- Fatima, I. (2023). *Designing with AI*. Stockholm: User Experience and Interactive Media Technology Södertörns University.
- Ferrari, T. G. (2017). Design and the Fourth Industrial Revolution. Dangers and opportunities for a mutating discipline. *The Design Journal*, 2625-2633.
- Franzen, C. (2023, 9 20). *OpenAI unveils DALL-E 3 with support for text and typography*. Venture Beat: <https://venturebeat.com/ai/openai-unveils-dall-e-3-with-support-for-text-and-typography/> adresinden alındı
- Girling, R. (tarih yok). *AI and design: Competing with the machines* . Arte Fact Group: https://www.artefactgroup.com/ideas/ai_design_competing_machines/ adresinden alındı
- Goh, G., Betker, J., Jing, L., & Ramesh, A. (tarih yok). *DALL·E 3*. OpenAi: <https://openai.com/dall-e-3> adresinden alındı
- Goodfellow, I. J., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., . . . Bengio, Y. (2014). Generative Adversarial Networks. *Montréal: Departement d' informatique et de recherche opérationnelle Université de Montréal*.
- Hashemieh, S. (2020, 12). An explorat+on of the use of ar+ificial intelligence in graphic design.
- Hien, N. (2023). Impact of Artificial Intelligence in Design. *Thesis, UAS*, 1-39.

- Hollweck, T. (2016). Case Study Research Design and Methods. *Canadian Journal of Program Evaluation*, 108-110.
- Hui, J. (2018, Haziran). *GAN — What is Generative Adversarial Networks GAN?* Medium: <https://jonathan-hui.medium.com/gan-whats-generative-adversarial-networks-and-its-application-f39ed278ef09> adresinden alındı
- Icograda. (2000). Icograda Design Education Manifesto.
- Jana, S., & Maria, Y. (2023). Observations on The Implications Of Generative Design Tools on Design Process and Designer Behaviour. *International Conference on Engineering Design, ICED23*, (s. 2805-2814). France.
- Jockims, T. L. (2022, 10). *Why graphic designers think generative A.I. needs them as much as they need it*. CNBC EVOLVE: <https://www.cnbc.com/2023/08/05/why-graphic-designers-think-gen-ai-needs-them-as-much-as-they-need-it.html> adresinden alındı
- Karaata, E. (2018). Usage of Artificial Intelligence in Today's Graphic Design. *Online Journal of Art and Design*, 6(4),183-198. Researchgate. adresinden alındı
- Karamustafa, S. (2020, 04 27). Sadık Karamustafa ile Sol'un 70'lerdeki Görsel Serüveni üzerine. (Salt, Röportaj Yapan) Salt Online. adresinden alındı
- Kulkarni, C., Druga, S., Chang, M., Fiannaca, A., Cai, C., & Terry, M. (2023). A Word is Worth a Thousand Pictures: Prompts as AI Design Material. *Conference acronym 'XX*,. Woodstock, NY.
- Kurnaz, Z. (2021). *Durum Çalışması ve Nitel Etki Araştırması / Nitel Araştırma Yöntemleri* . Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=ekRCVgxEigM&t=502s&ab_channel=NitelAra%C5%9Ft%C4%B1rmaY%C3%B6ntemleri adresinden alındı
- Li, S. (2021). Exploration on the application of artificial intelligence elements in Graphic_Design.pd. *International Conference on Intelligent Design (ICID)*.
- Li, Y. (2019). Impact of Artificial Intelligence on Creative Digital Content Production. *Journal of Digital Art Engineering & Multimedia*, 121-132.
- Liu, Y. (2023). Design of Graphic Design Assistant System Based on Artificial Intelligence. *International Journal of Information Technologies and Systems Approach*, 13.

- Luis, F. C. (2023, 10 14). *Goan students redefine graphic design with AI technology*. Gomantak Times: <https://www.gomantaktimes.com/news/goa/goan-students-redefine-graphic-design-with-ai-technology> adresinden alındı
- Malamin, B. (2022). *Attitudes Of Graphic Designers And Copywriters In Bulgaria Towards Artificial Intelligence*. . Printing-office of Prof. Marin Drinov Publishing House of Bulgarian Academy of Sciences. Researchgate. adresinden alındı
- Matthews, B., Shannon, B., & Roxburgh, M. (2023). Destroy All Humans: The Dematerialisation of the Designer in an Age of Automation and its Impact on Graphic Design. *The International Journal of Art and Design Education*, 367-382.
- McCarthy, J. (2007). What is artificial intelligence? *Computer Science Department, Stanford University*.
- Meron, Y. (2022, 06 25). *Graphic design and artificial intelligence: Interdisciplinary challenges for designers in the search for research collaboration*. Design Research Society: <https://doi.org/10.21606/drs.2022.157> adresinden alındı
- Midjourney. (tarih yok). Midjourney: <https://docs.midjourney.com/v1/docs> adresinden alındı
- Mustafa, B. (2023). The Impact of Artificial Intelligence on the Graphic Design Industry . *Social Science Journal*, 13, 1-13.
- Oh, J. (2019). *Yes, AI Will Replace Designers*. Medium: <https://medium.com/microsoft-design/yes-ai-will-replace-designers-9d90c6e34502> adresinden alındı
- Rams, D. (1983). Industrial Design in a Time of Change. A. Korsunsky içinde, *Materials & Design* (s. 4, 706-707). Elsevier.
- SATEAD. (tarih yok). *Grafik Tasarım Programına Özgü Ölçütler*. SATEAD: <http://satead.org.tr/wp-content/uploads/2022/12/SATEAD-Grafik-Programina-Ozgu-Olcutler.pdf> adresinden alındı
- Say, C. (2018). *50 Soruda Yapay Zekâ*. İstanbul: 7 Renk Basım Yayın ve Filmcilik.
- Stoimenova, N., & Price, R. (2020). Exploring the Nuances of Designing (with/for) Artificial Intelligence. *Design Issues*, 36 (4): 45–55.
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *MIND: A Quarterly Review of Psychology and Philosophy*, 433-437.

Venturer, C. (2023, 07 19). *Midjourney Prompting: The Art of Creating Images with Words*. medium: https://medium.com/@business_money/midjourney-prompting-the-art-of-creating-images-with-words-20d8df0a29b3 adresinden alındı

Vergant, R., Vendraminelli, L., & Iansiti, M. (2020). Innovation and Design in the Age of Artificial Intelligence. *Journal of Product Innovation Management*, 37(3).

Yapar, B. (2022, 07 28). *Evrensel Bilim Kurgu ve Fantastik Film Festivali'nde İlk Kez Yapay Zeka Tarafından Tasarlanan Afiş Kullanılacak*. Frpnet: <https://frpnet.net/haberler/evrensel-bilim-kurgu-ve-fantastik-film-festivalinde-ilk-kez-yapay-zeka-tarafından-tasarlanan-afis-kullanılacak> adresinden alındı



EKLER

EK-1: MSGSÜ Grafik Tasarım Bölümü Lisans Program Çıktıları

Bilgi - Kuramsal Olgusal

1. Tasarım kavramlarını ürün ve hizmetlere dönüştürmek için gereken uygulama, üretim teknikleri, süreçler ve teknoloji hakkında yeterli bilgiye sahiptir.
2. Genel bağlamı göz önünde bulundurarak bütünsel bir yapıda projeler tasarlar.

Beceriler – Bilişsel Uygulamalı

1. Bir tasarım görevini oluşturabilir veya doğru bir şekilde analiz edebilme becerisine sahiptir.
2. Tasarım sürecinin farklı aşamalarını el çizimleri ve bilgisayar teknolojilerini içeren çeşitli teknikler ve yazılımlar kullanarak ifade eder; ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma yeteneğine sahiptir.

Yetkinlikler – Bağımsız Çalışabilme ve Sorumluluk alabilme Yetkinliği

1. Sorunlara çözüm üretme ve katılımcıların yürütülen çalışmanın gelişim aşamalarını planlama ve yönlendirme konusunda bireysel ve/veya ekip sorumluluğunu alır.
2. Profesyonelliğe giden yolda paydaş kuruluşlarla işbirliği projeleri yoluyla sosyal sorumluluk duygusu geliştirir ve deneyim kazanır.

Yetkinlikler – Öğrenme Yetkinliği

1. Farklı medya alanlarında farklı tasarım sorunları için etkili çözüm önerileri geliştirir.
2. Programın gerektirdiği bilgi transferini görsel iletişim araçları kullanarak etkili bir şekilde iletebilir.
3. Tasarımın bir problem çözme meselesi olduğunu bilir.

Yetkinlikler – İletişim ve Sosyal Yetkinlik

1. Kendi disiplini içinde çalışma yeteneğini geliştirir ve diğer disiplinlerle işbirliği yapabilir.
2. Tasarlanmış projeleri etkili bir şekilde sunar.

Yetkinlikler – Alana Özgü Yetkinlikler

1. Grafik Tasarım Tarihi ve Teorisi hakkında bilgi sahibi olur.
2. Grafik tasarım ürünlerini okur, yorumlar ve analiz eder.
3. Grafik Tasarım dilini/terminolojisini bilir, alanla ilgili güncel bilgilere hakimdir ve meslektaşlarıyla etkili iletişim kurabilir.
4. Grafik Tasarım disiplini iletişim ve reklamcılıkla ilgili sektörler içinde konumlandırmak için pratik ve/veya teorik bilgiye sahiptir.
5. Metin, görüntü, ses ve etkileşim gibi farklı kavramlar arasında ilişkiler kurar ve bu ilişkiyi tasarıma etkili bir şekilde çevirir.

EK-2: Vaka Çalışmaları Sorular

1. Verilen briefler kapsamında hangi promptu yazarken en çok zorlandınız ya da böyle bir zorluk yaşadınız mı? Prompt yazma sürecini biraz değerlendirebilir misiniz?
2. Geleceğe yönelik bakıldığında, yapay zeka teknolojilerinin grafik tasarım alanına ve tasarımcının rolüne ne gibi etkileri olabilir?
3. Yapay zeka teknolojilerinin grafik tasarım alanına ve tasarımcıya olumlu ve olumsuz etkileri neler olabilir? Tasarım süreçleri ve tasarımcı üzerindeki olumlu/olumsuz etkileri neler olabilir?
4. Dall-e ile oluşturulan görsellerin tasarım niteliği açısından bakıldığında, nasıl değerlendiriyorsunuz?

EK-3: Vaka Çalışmaları Tasarım Briefleri

1. Brief

"Fika" Çikolata Markası Logo Tasarımı Briefi

Proje Adı: Fika Çikolata Logosu

Amaç: "Fika" isimli yeni bir çikolata markası için modern, şık ve akılda kalıcı bir logo tasarlamak.

Hedef Kitle: Çikolata ve tatlı severler, 18-45 yaş arası bireyler.

Tasarım Özellikleri: Logoda "Fika" ismi belirgin bir şekilde yer almalı. Logo, markanın lüks ve kaliteli olduğunu yansıtmalı. Minimalist ve sade bir tasarım olmalı.

2. Brief

"Fika" Çikolata Markası Ambalaj Tasarımı Briefi

Proje Adı: Fika Çikolata Ambalajı

Amaç: "Fika" çikolatasının kalitesini ve özgünlüğünü yansıtan bir ambalaj tasarımı oluşturmak.

Hedef Kitle: Çikolata ve tatlı severler, özellikle 18-45 yaş arası bireyler.

Tasarım Özellikleri: Ambalaj, markanın lüks ve kaliteli imajını yansıtmalı. "Fika" logosu ambalajın ön yüzünde belirgin bir şekilde yer almalı. Çikolatanın çeşidine (bitter, sütlü, fındıklı vb.) göre renk kodlaması yapılabilir.

3. Brief

İstanbul Caz Festivali Afiş Tasarımı Briefi

Proje Adı: İstanbul Caz Festivali Afişi

Amaç: İstanbul Caz Festivali'nin tanıtımını yapacak, festivalin enerjisini ve cazın ritmini yansıtan bir afiş tasarımı oluşturmak.

Hedef Kitle: Caz müziği severler, festival katılımcıları, gençler ve yetişkinler.

Tarih: 1-7 temmuz 2023

Tasarım Özellikleri: Afişte "İstanbul Caz Festivali" yazısı büyük ve okunaklı olmalı. İstanbul'un tarihi ve kültürel simgelerini içerebilir. Caz müziğinin dinamik ve ritmik özelliklerini yansıtan grafikler kullanılmalı. Afiş tasarımı için oluşturulan promptların boyutu 9:16 olarak promptta belirtilmeli.



ÖZGEÇMİŞ

Tuba Şekerli 2016 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Grafik Tasarım Bölümü'nden mezun oldu. Aynı üniversitede 2019 yılında yüksek lisans öğrenimine başladı. Kendisi sergileme ve grafik tasarım üzerinde çalışmalarına devam etmektedir.

