GRAFİK TASARIMDA
GÜNCEL YAKLAŞIMLAR
VE ARAŞTIRMALAR

Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Şeref KOCAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım Onur ERDİREN

ARTİKEL AKADEMİ: 472

Grafik Tasarımda Güncel Yaklaşımlar ve Araştırmalar

Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Şeref KOCAMAN
ORCID ID: 0000-0001-7069-0527

Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım Onur ERDİREN
ORCID ID: 0000-0001-7446-0454

Ön Kapak Resmi: Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım Onur ERDİREN
Soyut Kompozisyon Tuval üzerine yağlı boya 2022 120x80cnm

Kapak Tasarım: Dr. Öğr. Üyesi Şeref KOCAMAN

ISBN 978-625-5025-12-8

Birinci Basım: Ekim - 2026

Baskı ve Cilt: Uzunist Dijital Matbaa Anonim Şirketi
Akçaburgaz Mah.1584.Sk.No:21 / Esenyurt - İSTANBUL

Matbaa Sertifika No: 68922
Artikel Akademi bir Karadeniz Kitap Ltd. Şti. markasıdır.

©Karadeniz Kitap - 2026

Akademik etik kurallara bağlı kalınarak yapılacak olan alıntılar ve tanıtım maksadıyla yapılacak olan kısa alıntılar dışında, yazılı izni alınmadan, tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla, basımı, yayımı, kopyalanması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

KARADENİZ KİTAP LTD. ŞTİ.
Koşuyolu Mah. Mehmet Akfan Sok. No:67/3 Kadıköy-İstanbul
Tel: 0530 076 94 90

Yayıncı Sertifika No: 19708
mail: info@artikelakademi.com
www.artikelakademi.com

GRAFİK TASARIMDA
GÜNCEL YAKLAŞIMLAR
VE ARAŞTIRMALAR

Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Şeref KOCAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım Onur ERDİREN

artikel akademi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ 7

1. BÖLÜM
SOYUT KOMPOZİSYON: YILDIRIM ONUR ERDİREN'İN SANATI 9
Abdulvahap İlteber DURMUŞ

2. BÖLÜM
ÜRETKEN YAPAY ZEKA ESTETİĞİ ve GÖRSELERİN HOMOJENLEŞMESİ 27
Burak DERVİŞOĞLU

3. BÖLÜM
SANATSAL İFADE ARACI OLARAK GÖLGE OYUNU 41
Buşra İNCIRKUŞ ULUSHAN

4. BÖLÜM
ÜÇ ÜNİVERSİTE LOGOSUNUN GRAFİK TASARIM İLKELERİ BAĞLAMINDA ANALİZİ "İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ, İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ, ANKARA ÜNİVERSİTESİ" 55
Emel UZUNER

5. BÖLÜM
MEKÂNSAL MİZANPAJ: SANAL GERÇEKLİKTE GRAFİK TASARIM İLKELERİNİN İZİNİ SÜRMEK 87
Kenan SUBAŞI & Murat KÜÇÜKYILDIZ

6. BÖLÜM
GENİŞLETİLMİŞ GERÇEKLİK ORTAMLARINDA AKILLI TİPOGRAFİ: KURAMDAN TASARIM UYGULAMASINA1 05
Onur AŞKIN

7. BÖLÜM
ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ VE TASARIMIN GENETİĞİ: ZIT SANAT AKIMLARININ KREA.AI İLE HİBRİT MOBİLYA TASARIMINA DÖNÜŞÜMÜ VE SEMANTİK ALGI ANALİZİ..... 119
Sedat KALEKAHYASI & Harun DİLER

8. BÖLÜM
STOKASTİK ARAÇ, DETERMİNİSTİK MESLEK: ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE GRAFİK TASARIM ARASINDAKİ ONTOLOJİK UYUMSUZLUK 135
Ülkü SÖNMEZ

9. BÖLÜM
GRAFİK TASARIMININ DÖNEMLER ARASINDA GEÇİRDİĞİ SÜREÇ VE BU SÜRECİN TEMATİK DERGİLERE YANSIMASI..... 155
İlter ALKAN

ÖN SÖZ

Görsel kültürün, dijital teknolojilerin ve estetik teorilerin hızla dönüştüğü günümüzde, grafik tasarım alanı sınırlarını sürekli genişletmektedir. Geleneksel ifade biçimlerinin çağdaş dijital araçlarla harmanlandığı, yapay zekânın tasarım süreçlerine yön verdiği ve mekânsal algının yeniden tanımlandığı bu dinamik süreç, akademik araştırmaların önemini bir kat daha artırmaktadır. *Grafik Tasarımda Güncel Yaklaşımlar ve Araştırmalar* başlıklı bu eser; sanatın özgün örneklerinden üretken yapay zekâ estetiğine, gölge oyununun geleneksel köklerinden kurumsal kimlik analizlerine, sanal gerçeklikteki mekânsal mizanpajdan genişletilmiş gerçeklikteki akıllı tipografiye kadar geniş bir yelpazeyi titizlikle ele almaktadır.

Kitabın ilk bölümünde soyut kompozisyon bağlamında Yıldırım Onur Erdiren'in sanatı incelenirken, ikinci bölümde üretken yapay zekâ estetiği mercek altına alınmaktadır. Üçüncü bölümde sanatsal ifade aracı olarak gölge oyununun izleri sürülürken, dördüncü bölümde köklü üniversitelerimizin logoları grafik tasarım ilkeleri bağlamında analiz edilmektedir. Beşinci bölümde sanal gerçeklikte mekânsal mizanpajın izleri takip edilirken, altıncı bölümde genişletilmiş gerçeklik ortamlarında akıllı tipografi kuramdan tasarıma taşınmaktadır. Yedinci bölümde üretken yapay zekâ ve tasarımın genetiği zıt sanat akımlarının hibrit mobilya tasarımına dönüşümü üzerinden incelenirken, sekizinci ve son bölümde stokastik araç ile deterministik meslek arasındaki ontolojik uyumsuzluk eleştirel bir bakış açısıyla irdelenmektedir. Dokuzuncu ve son bölümde ise grafik tasarımının dönemler arasında geçirdiği süreç ile bu sürecin tematik dergilere yansıması kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır.

Bu değerli kitabın ortaya çıkmasında emeği geçen, alanlarında titiz akademik çalışmalarla katkı sunan tüm yazarlarımıza, yayın sürecindeki destekleri için Artikel Akademi çalışanlarına ve emeği geçen herkese en içten teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bu eserin, tasarımcılar, akademisyenler ve öğrenciler için ilham verici bir kaynak olmasını diliyoruz.

Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Şeref KOCAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım Onur ERDİREN

1. BÖLÜM

SOYUT KOMPOZİSYON: YILDIRIM ONUR ERDİREN'İN SANATI

Abdulvahap İlteber DURMUŞ
Yüksek Lisans Öğrencisi,
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, A. İlteber Durmuş,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı,
av.abdulvahapilteberdurmus@gmail.com
https://orcid.org/0009-0006-8872-4290

Giriş

Sanat ve sanatçı kavramları asırlar boyunca tartışma meselesi olmuştur. Sanat da sade bir dille hoşa giden biçimler yaratma çabası olarak tanımlanabilir (Ersoy, 2016, s. 9). Tunalı'ya göre ise sanat tinsel bir varlığın objeleşmesidir (Tunalı, 2002, s. 37). Geçmişten günümüze kadar hala sanatın tanımı Antik Yunan düşünürlerinin yaklaşımlarına göre şekillenmektedir. Özellikle Platon ve Aristoteles'in sanat kavramına dair yaklaşımları bu bağlamda önemlidir. Platon'a göre sanat kavramı gerçeklikten uzaklaşmaktır (Platon, 2010, s. 338-341). Aristoteles'e göre ise sanat kavramı eylem ve duyguların anlam kazanmasına olanak sağlayan yapıcı bir taklittir (Aristoteles, 2017, s. 22-23).

> "Aslında, sanat diye bir şey yoktur. Yalnızca sanatçılar vardır" (Gombrich, 2019, s. 15) şeklindeki görüşle beraber sanatçı kavramına da değinmek gerekir. Sanatçı iç dünyasını maddeye dökebilen kişidir (Ersoy, 2016, s. 12). Sanatçı gizemli bir biçimde sanat yapıtını meydana getiren kişi olarak da tanımlanabilir (Tunalı, 1998, s. 37).

Sanatçının eserinde anlatmak istediği şey nedir? (Rynck, 2025, s. 5). İşte bu çalışmanın konusu tam olarak sanatçının algısını oluşturmaktadır yani Erdiren'in algısını. Bu algının: kavranması, değerlendirilmesi ve anlaşılmasıdır (Erdiren, 2021, s. 157). Rönesans sanat geleneğine bağlı olmayan çağdaş sanatçı olan Erdiren'in de herhangi bir devrin sanatçısı nasıl değerlendiriliyorsa öyle değerlendirilmesi gerekir (Venturi, 2018, s. 189). Her ne kadar Erdiren çağdaş bir sanatçı olsa da geleneklerinden diğer tüm sanatçılar gibi beslenmiştir (Woodford, 2024, s. 111-112). Erdiren ağırlıklı olarak soyut sanat alanında çalışmaktadır. Eşyanın formunu bozmak ve doğal halinden çıkartmak soyut sanattır (Venturi, 2019, s. 190). Bu form değişiminin sanatçının hayal gücüne serbest bir biçimde bırakılması halinde soyut sanattan bahsedebiliriz (Atalay, 2023, s. 599). Soyut sanatçılar düzlemlerinin dışına çıkmak maksadıyla hacim ve derinlik algısı kullanmayı tercih ederler (Woodford, 2024, s. 107). Bu yaklaşıma soyut kompozisyon adı verilir. Bu yaklaşıma sahip sanatçılar eserlerinde, iç dünyalarını çizgi, renk ve lekeleri kullanarak yansıtırken gerçeklik algısına bağlı kalmaksızın icra ederler (Atalay, 2023, s. 599-605). Başka bir ifadeyle dış dünyada bulunmayan formları hatta seyircinin çoğu zaman adlandırmadığı şekilleri üretirler. Erdiren de bu şekilde çalışmaktadır. Çalışmada değerlendirilecek Erdiren'in çalışmaları da soyut resim stili ve soyut kompozisyon yaklaşımı ağırlıklıdır.

Özgeçmişi

Ressam Şükrü Erdiren'in torunu olan Yıldırım Onur Erdiren, 2008 yılında Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünü, 2010 yılında ise Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Plastik Sanatlar Programında Yüksek Lisansını başarıyla tamamlamıştır. Öğrenim hayatı boyunca Türk Resim tarihinin önemli ustaları ve felsefecilerinden eğitim almış, kendilerinin beğeni ve takdirlerini kazanmıştır. 2019 yılında Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Felsefe Bölümünde "Estetik Bağlamında Resim Sanatının Alımlanmasında Özgürlüğün Biçimleri" başlıklı sanat felsefesi tez çalışmasıyla doktorasını tamamlamıştır. Doktora ders döneminde felsefenin önde gelen hocaları olan Prof. Dr. İoanna Kuçuradi ve Prof. Dr. Betül Çotuksöken'den dersler almıştır. Erdiren, yurtiçi ve yurtdışında birçok karma sergiye ve workshop çalışmalarına katılmıştır. Aynı zamanda yurtdışında kişisel sergileri de açılmıştır. 2013 yılında Marmara Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak ders vermeye başlayan Erdiren, 2016 yılından itibaren Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nde Doktor Öğretim Üyesi olarak çalışma hayatına devam etmektedir.

Sanatsal Kimliği

Yıldırım Onur Erdiren, disiplinlerarası yaklaşıma sahip, sanat pratiğini felsefi bir temele oturtan yani çağdaş sanat anlayışını benimsemiş bir sanatçı ve akademisyendir. Ressam Şükrü Erdiren'in torunu olarak köklü bir sanat geçmişine sahiptir. Grafik tasarım (lisans), plastik sanatlar (yüksek lisans) ve felsefe (doktora) alanlarında aldığı eğitimleri eserlerinde sentezler. Erdiren'in eserlerine bakıldığında, tuval üzerine yağlı boya ve akrilik boya tekniklerini daha sıklıkla görmekteyiz. Sanatçı'nın lisans eğitiminin grafik tasarım olmasından dolayı eserlerinde geometrik formlar, lekeler, şekiller ağırlıklı olarak görülmektedir. Hatta sanatçı doktora eğitiminde "Estetik bağlamında resim sanatının alımlanmasında özgürlüğün biçimleri" başlıklı doktora tezinde resim sanatını felsefi olarak yorumlamıştır. Dolayısıyla doktora çalışmasının etkisiyle Erdiren, eserlerinde renklerin bir felsefesinin olduğuna inanmaktadır. Bundan dolayı 2022 yılında gerçekleştirdiği "Renklerin Felsefesi" adlı solo sergisinde yaptığı çalışmalarda bu felsefe anlayışını görmekteyiz.



Görsel 1: "Renklerin Felsefesi" Yıldırım Onur ERDİREN 2022 Tekirdağ

Erdiren'in "Güzelliğin Simetrisi" adlı solo sergisinde ise, Aristoteles'in güzellik felsefesinden etkilenerek eserlerini resmetmiştir. Bu eserlerde Aristoteles'in güzellik anlayışından yola çıkarak eserlerde geometrik formlar görülmektedir. Eserlerde genellikle denge, yön, oran-orantı gibi tasarım unsurları çalışılmıştır.

Erdiren'in Karadağ Montenegro'da açtığı "Oran-Orantı" adlı kişisel sergisi tam da Erdiren'in sanat anlayışını ortaya koyduğu sergidir. Bu sergide soyut lekeler ve geometrik şeritler izleyiciye felsefi bağlamda gözlem sağlamaktadır.

İzleyicinin, bu felsefi yönü eserin tasarım unsurlarına, materyallerine, tekniğine ve dönemine dair gözlemleri ile "kavraması, değerlendirmesi ve anlaması" gerektiğini savunur (Erdiren, 2021a, s. 157). İzleyiciye anlatmak istediklerini daha geniş palette karıştırmak isteyen sanatçının tekniklerinde çeşitlilik görülür.





Görsel 2: Oran-Orantı Yıldırım Onur ERDİREN 2024 Karadağ Görsel

Görsel 3: Oran-Orantı Yıldırım Onur ERDİREN 2024 Karadağ

Erdiren'in sanat anlayışı özgürlük, özgünlük ve estetik alımlama üzerine şekillenir (Erdiren, 2021b, s. 11-12). Özgürlük ona göre sanatçının icrasındaki tüm eylem ve tercihlerindeki konforudur. Resim sanatının icrası ise ona göre salt estetik kaygı ile değil izleyiciye bilgi de sunan felsefi yön taşımalıdır. Eserlerinde bu felsefi yön kah soyut formlarla kah geometrik armonilerle yer bulur. Hem grafik tasarım hem de plastik sanatlara dair eğitimleri sayesinde yağlı boya, karışık teknik ve özgün baskı tekniklerinde yetkindir. Özgün baskı olarak gravürü, taş baskı ve ipek baskı tekniklerini kullanır. Örneğin, ipek baskı tekniğini Kiev'deki "Revival" sergisinde, ipek baskı tekniğini ise Burgaz'taki "Papağan" eserinde kullanmıştır.

Erdiren Yüksek Lisans eğitimi boyunca, Türk resim tarihinin önde gelen isimlerinden dersler almıştır. Fevzi Karakoç, Özdemir Altan, Ergin İnan, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, Mustafa Ata, Kaya Özsezgin gibi hocalardan eğitim almıştır. Doktora eğitiminde ise felsefe tarihinin önde gelen isimlerinden olan İoanna Kuçuradi'den Aristoteles dersi almıştır. Aynı zamanda Burhan Doğançay, Devrim Erbil ve Bedri Baykam ile röportajlar yapmış, bu röportajları

kitaplaştırmıştır.

Erdiren, sadece atölyesinde eserler üretmekle yetinen bir sanatçı değildir. Batum/Gürcistan Uluslararası sergisi ile Tekirdağ Kapalı Cezaevindeki "Cezaevi'nden Hayata Bakış" sergilerindeki küratörlükleri, Yunanistan Midilli Adası "Edebiyat-Sanat Yolları Workshopu", Bulgaristan "Uluslararası Balchik Sanat Çalıştayı", Bulgaristan/Burgaz "Colorful Encounters" isimli uluslararası kağıt işleri sergisindeki "Serigrafi" isimli eseri, Ukrayna/Kiev Tadzio Gallery "Revival" sergisindeki "Litografi" isimli eseri ve Iğdır Üniversitesi "Sınır" temalı uluslararası jürili sergisindeki "Gravür" eserleri hem ulusal hem de uluslararası manada aktif bir sanatçı olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışmamın kaynakçasında da yer alan akademik kitapları ile farklı sanat dallarını teşvik eden akademik çalışmaları bulunmaktadır. Mesela "Posta Sanatı" üzerine yaptığı akademik çalışmasında bu sanat dalının sanat pratikliği açısından daha özgür olduğunu belirtmektedir (Erdiren, 2024, s. 93-96). Başka bir ifade ile zarf, pul ve mühürler üzerindeki icranın ifade bakımından sınırsızlığını söylemektedir.

Sanatçının Eserleri ve Değerlendirilmeleri



Görsel 4: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2022

Yıldırım Onur Erdiren'in 2022 yılında yaptığı eseri 120x100 cm boyutundadır. Yağlı boya kullanmış olup resmin türü soyut kompozisyondur.

Artimu isimli dijital küratörlü sergi platformunun "müzik" isimli sergisinde yer almıştır.

Sanatçının sanatını anlamak için önce onun dünyayı nasıl algıladığına bakmak gerekir. Yıldırım Onur Erdiren, çalışmalarında sıkça bahsettiği «aisthesis» yani duyusal algıyı, sadece akademik metinlerinde bırakmayıp fırçasına da yansıttığı eserinden anlaşılıyor. Onun için sanat, duvara asılan bir obje değil; birinden diğerine geçen, bazen bir posta kartıyla bazen de tuvaldeki bir renk patlamasıyla yayılan canlı bir enerji, bir nevi «duygu patlaması»dır.

Tabloya ilk bakıldığında, merkezden resmin ekseriyetine yayılan koyu maviler ve siyahlar gözlerin odağı olmaktadır. Yani çalışmanın başladığı bir merkez vardır. Siyah renklerin kullanılması, bir karanlığın imgelenmesi manasına gelse de bu karanlık karamsarlığı değil parlak sarı renklerin ve ateş kırmızısı renklerin kullanımı ile pozitif duygular uyandırılmak istendiği anlaşılıyor. Sanki bu canlı renklerle sanatçı iletişim kurmayı istemektedir. Daha arkada gibi görünen bej ve gri tonlar ise merkezdeki renk geçişlerini vurgulamayı sağlamıştır. Başka bir ifade ile renk geçişlerinin ritminin öne çıkması bej ve gri tonlar ile sağlanmıştır. Sarı renkler bu ritmin ışığı olup enerji verirken yeşiller ise doğadan bir parça eklemiştir.

İmpasto tekniği ile yapılan kalın ve katmanlı darbeler resme aksiyon katmıştır. Sanki hareketliymiş gibi bir his uyandırmaktadır. Paletinde özgün bir biçimde karıştırdığı yoğun sarı renk ve beyaz hatlar ile resim üç boyutlu da görünmektedir. Alt ve diğer bölgelerden birbirine karışan diğer renk cümbüşü ise sanatçının tecrübesinden başka bir ifade ile hatıralarından izler barındırmaktadır.

Her ne kadar çalışma soyut da olsa, insan zihni imgelerle kurgular oluşturmaya meyleder. Çalışmanın merkezine bakıldığında bir tavus kuşuna benzetilen başka bir seyircinin belki de anka kuşuna benzetebileceği farklı imgeler mevcuttur. Lakin bu kanat imgelemi Erdiren'in sanat anlayışına uymaktadır. Ona göre sanatın köprü görevi de bulunduğundan, kanat imgelemi ile köprüsünü kurduğu düşünülmektedir. Buradaki köprüsünü, iletişim maksadıyla mı disiplinlerarası bir şekilde mi yoksa algısını paylaşmak için mi neşrettiği seyircinin yorumuna, eserin seyircide uyandırdığı duyguya göre değişecektir.

Çalışmanın kenarlarında sarı çizgiler ise Erdiren'in araştırmacı-sanatçı yönünü yani akademik yönünün sistematik izdüşümünü göstermektedir. Hislerini anlatan bu renklerin hudutu çizilmiştir. Sanatçı duygularını mantığı çerçevesinde yaşamaktadır.



Görsel 5: "Doğa ve Köpek" Yıldırım Onur ERDİREN, Gravür, 2019

Yıldırım Onur Erdiren imzalı, Artimu isimli dijital kürasyonlu sergi platformunun "belirsizlik" isimli sergisinde yer alan "Doğa ve Köpek" isimli eser, asit gravür ve akuatint tekniklerinin bir arada kullanıldığ bir gravür çalışmasıdır. Eserden dört adet baskı yapılmış olup bir numaralı baskısı bu çalışmada sunulmuştur.

Soyut çalışmayı seven sanatçı, figür üzerinden çalışırken bile soyutlamaktan vazgeçemediği çalışmadan anlaşılmaktadır. Soyutlama içeren figüratif çalışmada köpek figürü lekesel yapıyla vurgulanmıştır. Çalışmanın merkezinde bulunan köpek figürü ile radyal bir denge sağlanmıştır. Dengenin hafif taraflarında yani çalışmanın çerçeveye yakın bölgelerinde tekrar eden dal ya da başka bir seyircinin boynuz olarak algılayabileceği imgeleriyle ritim oluşturulmuştur. Bu ritim; hem köpek figürünün üzerinde köpeğin kemikleri olduğu algılanabilecek vurguları ile köpek figürünün altındaki çim olduğu algılanabilecek vurguları ile tamamlanmaktadır. Bu dal ya da başka bir seyircinin boynuz olarak algılayabileceği imgenin gölgelendirmesi çalışmaya karamsar bir tema katmaktadır. Tabi bu karamsar temanın oluşmasında sanatçının paletinde karıştırdığı renklerin ekseriyetinin koyuluğu da etkili olmuştur.

Tasarımın kullanılan teknikten sebep dokulu yapısı bulunmaktadır. Kullanılan çizgilerin çalışmanın soluna doğru yön verdiği görülmektedir. Köpek figürünün kafasının da sol tarafa doğru yöneliminin sağlanmasıyla yön

duygusu kuvvetlenerek köpek figürünün sol tarafa doğru yürüdüğü algısı başarılı bir biçimde oluşturulmuştur.

Soyut resmi, nesnenin özünün duyguyla stilize edildiğinden özgür olduğunu düşünen sanatçının; figüratif çalışmasında bile soyutlama yöntemini kullanması baz alındığında çalışmasını özgür bulduğu söylenebilir. Köpek figürünü olduğu gibi değil de gövdesinde kemik algısı yaratarak neşretmesi de özgünlüğünü göstermektedir. Sanatçıya göre bir sanat eserinin değeri özgünlüğünden ve özgürlüğünden belirlendiğinden sanatçı nazarında değerli bir eser olduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 6: Soyut Kompozisyon, Tuval Üzerine Karışık Teknik, Yıldırım Onur ERDİREN 2024

Yıldırım Onur Erdiren'in "Simetri" eseri 25x30 cm boyutundadır. Yağlı boya materyalini kullanmış olup resmin türü soyut kompozisyondur. Artimu isimli dijital kürasyonlu sergi platformunun "kolaj" isimli sergisinde yer almıştır.

Eserdeki siyah, beyaz ve turkuaz lekelerin ritmi doğal ve rastlantısal vasıftadır. Sanatçının burada doğayı temsil etmeye çalıştığı algılanmaktadır. Bir başka izleyici buradaki temsili sanatçının iç dünyasındaki dağınıklık olarak da algılanabilmektedir. Doğa algısının oluşmasındaki ana etken bu renklerdeki tüm lekeleri bol yapraklı bir çalıya benzetilmesidir. Buradaki lekelerin dokulu yapıları esere hacim kazandırmaktadır. Siyah lekeler bir arka plan hissi yaratırken beyaz lekeler zıtlığıyla vurgulanmaktadır. Turkuaz lekeler ise bu

zıtlık arasında bir tampon bölge rengi vasfındadır.

Kırmızı lekeler ise eserin isminin hakkını vermektedir. Simetrik olan bu lekelerin renk kontrastının gücü gözün odağını buraya çekmektedir. Dolayısıyla eserin merkezi haline gelmektedir. Burada form tekrarı ile son derece düzenli bir ritim oluşturulmuştur. Bu lekelere ok gibi yön vermesi ile eserde hareket hissi yaratmıştır. Tüm bunlarla beraber bu lekelerin yatay hizasıyla çizgilerinin disiplinli uyumu askeri bir düzen hissi uyandırmaktadır. Sanatçının ailesindeki askeri izlerin kalıntısı olduğunu düşünülmektedir.

Doğa algısı ve askeri düzen hissinin neticesinde sanatçının eserinde insanın doğaya müdahalesini anlatmak istediğini, simetrinin doğada bulunmadığını ve simetrinin insan eliyle oluşturulduğu anlatılmak istenmiştir.



Görsel 8: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2026

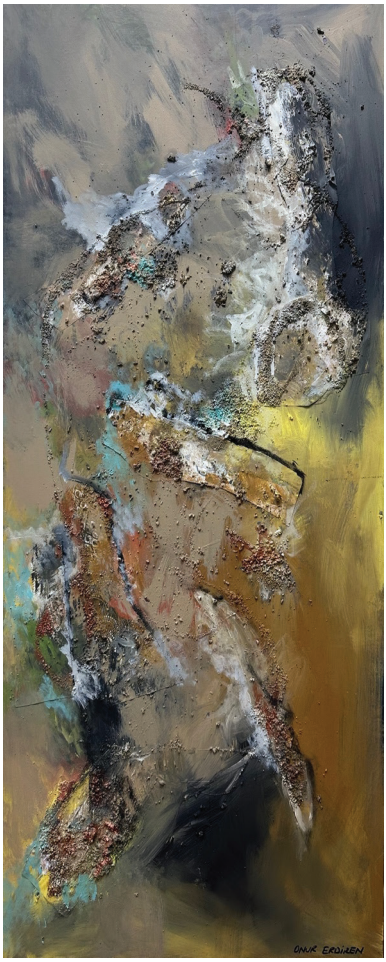
Yıldırım Onur Erdiren'in "siyah" eseri 15x21 cm boyutundadır. Yağlı boya kullanmış olup resmin türü soyut kompozisyondur. Artimu isimli dijital platformunun "siyah" isimli sergisinde yer almıştır.

Paletinde karıştırdığı renk seçimi ile bu renkleri esere yığış şekli eserde taşları üst üste yığıyormuş gibi bir his yaratmıştır. Taş algılansa da başka bir izleyiciye göre kum ya da inşaat malzemesi olarak algılanabilir. Başka bir ifade ile karıştırdığı ve elde ettiği renkleri impasto tekniği ile kalın katmanlı darbelerle esere nakşetmiştir. Bu hem bir yığın algısı oluşmasına hem de eseri iki boyuttan üç boyuta geçiş hissi yaratmasına sebebiyet vermiştir. Yani sanatçı eserini dokulu bir yapıda oluşturmuş ve bir dokunma hissiyatı yaratmıştır.

Çevrede bulunan merkeze nazaran daha ufak olan lekeler ile çevreden

merkeze yoğunlaşan bir ritim oluşturulmuştur. Bu ritimle hem merkez vurgulanmış hem de çevrede esere dahil edilmiştir. Merkezdeki büyük form kabuk olarak algılanan başka bir izleyicinin kemik veya aşınmış nesne gibi algılayabileceği niteliğiyle çevredeki ufak parçalar da bu büyük formun kalıntısı veya parçalanmış ve dağılmış uzantıları şeklinde algılanabilir.

Eserde merkezden çevreye doğru yayılan lekeler radyal bir denge sağlamıştır. Çevreye ilerledikçe tonların koyulaşması ile merkezdeki sarı lekeler vurgulanmıştır. Bu sayede merkezden çevreye bir ışık ya da bir enerji yayılıyormuş gibi bir his yaratan sanatçı eserini durağanlıktan çıkartıp hareketli hale getirmiştir. Netice itibariyle sanatçı bu enerji yayılım hissi ile karanlığın içindeki ışık imgesiyle umut hissini yansıtmıştır. Hem ritmi hem de renklerinin uyumu umut armonisini desteklemiştir.



Görsel 9: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2022

Yıldırım Onur Erdiren'in "isim" eseri 50x140 cm boyutundadır. Yağlı boya kullanmış olup resmin türü figüratif soyutlamadır. Artimu isimli dijital platformunun "bıkkınlık" isimli sergisinde yer almıştır.

Her ne kadar eserin figüratif soyutlama tekniği ile oluşturulduğu söylenmişse de soyut kompozisyonun algısına da ters olmadığını söylemek gerekir. Çalışmada başlangıç noktasının figürle formlar olması ve figürle formlar üzerinden ritmin sağlanması çalışmayı ağırlıklı olarak figüratif soyutlama tekniğine yakın tutmuştur. Lakin soyut ile figüratif teknikler arasındaki dengenin başarısından bahsetmek gerekmektedir. Çünkü bu dengenin varlığı eserin tekniği konusundaki tartışmanın sebebidir.

Erdiren bu eserinde yine dokunma hissi uyandırmak maksadıyla impasto resim tekniğini kullanmıştır. Paletinde karıştırıp spatulasıyla kullandığı renklerin çeşitliliği kalın dokusuyla birleştiğinde bir tuvale nakşedilmiş eserden çok mermer işleyip yarı heykelimsi bir eser görünüyor. Başka bir ifade ile resmi nesne haline getirmektedir. Nesneleşmiş eserdeki benim kum ve toprak olarak algılanabileceği, başka bir izleyicinin çamur veya taş olarak algılayabileceği bu formlar izleyicide farklı algılar oluşturabilmektedir. Doğal, aşınmış veya kabuklanmış form algısı, eserin ortasındaki formun insan form algısı, erozyona uğramış bir kaya algısı bu farklı algılardan olabilir. Yeri gelmişken eserin dokusunun ve malzeme kullanım şeklinin eserin en güçlü tarafı olduğunu vurgulamak gerek.

Eserde hem tuvalin ölçülerinin dik kenarının yatay kenardan uzunluğu hem yukarıdan aşağıya doğru leke ve formların ritimlerinin tekrarıyla yukarıdan aşağıya bir hareket hissi yaratılmıştır. Bu hareket hissine ek olarak form ve lekelerde kullanılan renklerin seçiminin çöküş ve ağırlık hissi yaratmasıyla yer çekimi algısı oluşturulmuştur. Sanatçı zamanla nesnelerin yer çekimine yenik düşeceğini, bu yenik düşmenin bazen bir düşüş bazense bir tortulanmaya sebep olacağını anlatmak istemiştir.

Sağ alt kenardaki kuş formu ile zamanın getirdiği çöküş ve ağırlık hissinden bir kaçış algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Bu kuş formunun altındaki siyah leke ile de tam olarak kuş formunun bir olumsuzluktan uzaklaştığı anlaşılmaktadır. Bu kuş formunun diğer form ve lekelere kıyasen daha belirgin oluşu da sanatçının kaçma isteğindeki yoğunluğunu temsil etmektedir. Başka bir ifadeyle sanatçının bunalmışlık hissiyatında olduğunu düşünmemek elde değildir.

Olumsuz bir eleştiri olarak formların çoğundaki doku yoğunluğu çalışmanın merkezi hususunda gözü yanılttığından izleyiciyinin odak noktasını tespitini zorlaştırmıştır. Bu zorluk ise izleyiciyi eseri anlamak hususunda yorduğu gibi yanlış anlamasına sebep olmuştur. Yine bu yoğunluk ana form ve ritmi oluş-

turan yan formların arka plandaki renk geçişinin belirsizliği yine bu zorluğa sebep olmuştur. Bu arka plan geçişi sanatçı tarafından bilerek yapılmış olabilir. Aynı zamanda sanatçı bu hususlarda isteyerek de izleyiciyi zamanın yıkıcılığını anlaması maksadıyla yormuş olabilir. Bir nefes alanı manasında bu renk geçişlerini ve yoğunluğu yumuşatmak eseri daha anlaşılır bir hale getirmektedir.



Görsel 10: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2022

Yıldırım Onur Erdiren'in "isimsiz" eseri 80x80 cm boyutundadır. Yağlı boya kullanmış olup tekniği kısmen soyut kompozisyon olup figüratif soyutlama da kullanılmıştır. Artimu isimli dijital platformunun "nostos" isimli sergisinde yer almıştır.

Kullandığı canlı renkler ile impasto tekniğinin kalın dokusuyla olumlu duygular çağırıştıran sanatçının hüznü ise çalışmadaki figüratif soyutladığı formlardan anlaşılmaktadır. Yayınladığı "nostos" isimli serginin adındaki nostos kelimesi Antik Yunanca'da sıla hasreti manasına geldiğinden, çalışmadaki hüznün sebebinin de sıla hasreti veya bir yuvaya dönüş isteği olduğunu düşünmemek elde değildir. Yine impasto tekniğini kullanarak üst üste farklı formlarda kuş figürlerini oluşturduğunu görmekteyiz. Sağ alttaki küçük kuş figürü bunlardan bir tanesidir. Bu küçük kuş figürünü çevreleyen kırmızı renklerle oluşturduğu ikinci kuş figürünü ilk bakışta alımlamak güçtür. Kanlı göz figürünün gözünü oluşturduğu gagası açık mavi en büyük kuş figürü

ise çalışmanın radyal denge merkezini oluşturmaktadır. Netice itibariyle bu kuş figürlerinin tekrarı ile sanatçının gizli bir ritim oluşturduğunu da belirtmek gerekir. Adeta eser içerisinde eserden bağımsız gizli bir armoni oluşturmaktadır.

Sanatçının eserlerinde az rastladığımız kübizm etkisini bu tabloda görmek mümkündür. Bir önceki paragrafta bahsedilen radyal denge merkezi olan en büyük kuş figürünün gagasının bitiminde ve sarı tonların bulunduğu sol üst kenarda, sarı ve turuncu geçişlerin bulunduğu sol alt kenarda kübik çalışıldığı anlaşılmaktadır. Yoğun bir akademik hayatı ile sanatçı kimliğiyle birçok eser inceleyen, bu eserlerden beslenen sanatçının farklı akımlardan etkilenmesi hem onun samimiyetini hem de keşfetmeye ve kendini geliştirmeye açık olduğunu göstermektedir. Yeri gelmişken belirtmek gerekir ki kübik formların yer yer ve parça parça göz figürünü çevrelediğinden gerçeklik algısının farklılaştığını anlattığı alımlanmaktadır.

Sol üst kenardan adeta çalışmayı aydınlatan sarı tonların vurgusundan da bahsetmek gerekir. Bu tonlarla hem esere ışık gölge sağlanmış hem de eseri soyut kompozisyon ve figüratif soyutlama tekniklerinin içerisinde bir peyzaj algısı oluşturulmuştur. Eski yunanca isme sahip sergiye sarı tonlarla ışık algısı yarattığı bir eser göndermesi de serginin ruhuna pek uygun düşmüştür. Tonlardan bahsetmişken sarı ve turuncu tonların içerisinde önce bir umut vaat ederken kırmızı tonların arasına kanlı göz figürünü kullanması hem kanlı göz figürünü vurgulamış hem de kırmızı renk ile bir gerilim, çatışma ve kırılma hissini başarılı şekilde hissettirmiştir.



Görsel 11: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2022

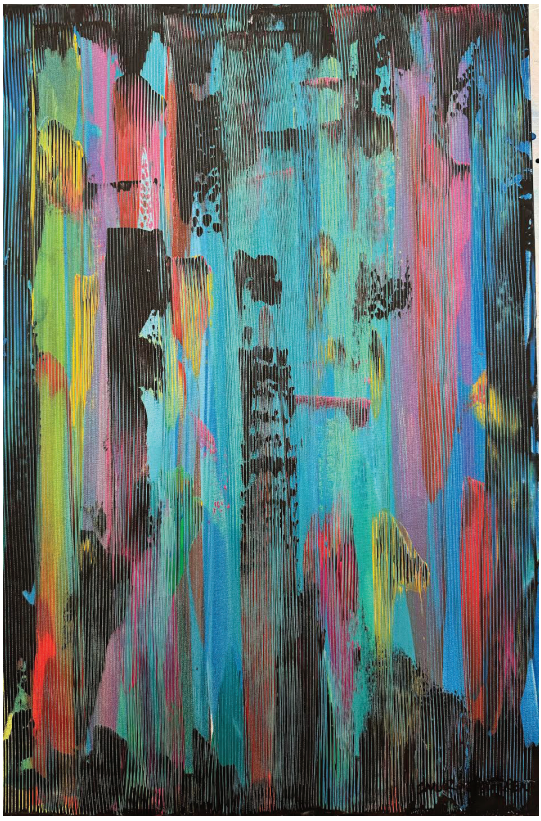
Yıldırım Onur Erdiren'in isimsiz eseri 100x120 cm boyutundadır. Yağlı boya kullanmış olup resmin türü soyut kompozisyondur. Çalışma, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sanat Galerisi'nde "Renklerin Felsefesi" isimli solo sergisinde yer almıştır.

Soyut kompozisyon ile figüratif soyutlama tekniklerinden hangisine yakın olduğu tartışmalı da olsa soyut kompozisyon olduğu düşünülmektedir. Çünkü sanatçının oluşturduğu ana form kısmen farklı algılar yaratmaktadır.

Çalışmada kırmızı tonlarda sert hatlı figürler ortaya konmuştur. Hem renk seçimi hem de hatların niteliği şehvet duygusundan ziyade öfke duygusunu barındırdığını çağrıştırmaktadır. Çalışmanın sol üst tarafındaki kırmızı geometrik formlarda kübik etki bulunduğu gibi bu kırmızı geometrik formlar yukarıdan aşağı hareket hissi uyandırarak çalışmaya yön vermiştir. Ayrıca kırmızı tonların tüm çalışmada baskınlığı sebebiyle bahsedilen şehvet duygusunun, yön duygusunun ve kübik etkinin tüm çalışmayı kapsadığını da belirtmek gerekir. Zaten kırmızı tonların arasındaki ilk bakışta fark edilmeyen çeşitli geometrik formlar görülmektedir. Yine belirtmek gerekir ki bahsedilen kırmızı formlar merkezden çevreye çalışmanın radyal dengesini de oluşturmaktadır.

Mavi, siyah, beyaz ve kırmızı renk cümbüşünün bulunduğu çalışmanın alt taraflarında yine geometrik formların varlığıyla kübik etki bulunmaktadır. Bahsedilen alt tarafa benim insan burnu ve gözleri olarak algılanan bir başka izleyicinin uzun dişli vahşi bir hayvan olarak algılayabileceği bir form ile sanatçının, algılanabilecek çeşitli formların tümünde öfke duygusunu uyandırmak istediği anlaşılmaktadır. Çalışmanın sağ taraftan ışıklandırılmış bir siyah zemine neşredilmesi de öfke duygusunun karanlık tarafını çağrıştırmaktadır. Yine de çalışmanın ana formunun sağ alt tarafındaki beyazlıklardan öfkeye ve diğer olumsuz duygulara teslim olunmadığına dair beyaz renkler vurgulanmıştır.

Netice itibariyle, Erdiren bu çalışmasında öfke duygusunu öfkeden kaynaklanan üzüntü ve karamsarlık gibi çeşitli duygularını dışa vurmuştur. Çalışma izleyicilerin çeşitli algılarına da sebep olabilecek unsurlar içermekteyse de kırmızı renk ve kırmızı renkteki formların nitelikleri öfke duygusunu içermektedir.



Görsel 12: Soyut Kompozisyon Yıldırım Onur ERDİREN 2022

Yıldırım Onur Erdiren'in isimsiz eseri 70x100 cm boyutundadır. Tuval üzerine akrilik boya ile yüzeyinin tarak ve benzeri bir araçla çekilmesi sonucu çizgisel dokuların kullanıldığı karma bir yüzey tekniği kullanılmıştır. Resmin türü soyut kompozisyondur.

Çalışmanın ritmini yüzeyin bütününü kaplayan paralel dikey çizgiler oluşturtmaktadır. Bu çizgiler ritim oluşturulmakla kalmayıp çalışmanın hareket hissini uyandırmasını da sağlamıştır. Hareket hissinin yoğunluğundan sebep izleyicinin tek bir noktaya odaklanması güçleşmiştir. Çok odaklı bir çalışma haline gelmiştir. Çizgisel ritim üzerindeki farklı renklerin çeşitliği ise her odakta görsel bir canlılık sağlamaktadır.

Siyah renk çalışmanın ağırlık merkezini oluşturduğundan, diğer mor, sarı, turuncu ve diğer renklerle kontrast sağlanmıştır. Renklerin üst üste uygulanması çalışmada dokunma hissi de uyandırmaktadır. Özellikle mavi tonların geçişleri renksel ritmi de ahenkli bir hale getirmiştir. Siyah renklerin baskınlığı

ise karamsar bir duygu uyandırmayıp esere dijital bir çalışma olarak algılanan bir görünüm kazandırmıştır. Yeri gelmişken eserin sol üst kısmındaki kırmızı leke içerisindeki siyah formu güneş gözlüğü olarak algılanmaktadır. Çalışma başka izleyiciler tarafından kent silüetleri, dikey mimari formlar, bitkisel formlar veya gökyüzüne dair formlar gibi çeşitli şekillerde algılanmaktadır.

Çalışma Erdiren'in sanat anlayışına uygun olarak özgürlüğü ve özgünlüğü içermektedir. Özgünlük açısından diğer akrilik uygulamalarına nazaran kullandığı renkler ve kurgusuyla, özgürlük açısından ise figüratif sınırlamalarla bağlı kalmayışıyla Erdiren'in sanat anlayışını tamamlamaktadır.

Çalışma, karamsarlık, kararsızlık ve bastırılmış bir enerji gibi farklı duygular uyandırmışsa da psikolojik bir yoğunluğa sahiptir. Özellikle çalışmanın ortasındaki siyah lekeleri üç farklı yüz hattı olarak algılanmaktadır. Katmanlı yapısı, renk ve malzeme seçimiyle eserin çağdaş bir soyut kompozisyon olduğunu da söylemek gerekir.

Sonuç

Bu çalışmada, çağdaş sanatçılarımızdan ressam ve akademisyen Yıldırım Onur Erdiren'in sanatsal kimliği, eser üretimleri ve soyut kompozisyon anlayışı incelenmiştir. Ressam Şükrü Erdiren'in torunu olarak köklü bir sanat geçmişinden gelen sanatçı; grafik tasarım lisansı, plastik sanatlar yüksek lisansı ve sanat felsefesi doktorasıyla zengin bir eğitim hayatına sahiptir. Türk resim tarihinin önemli ustalarından ve felsefecilerinden aldığı bu eğitimler sayesinde Erdiren, yalnızca atölyesinde resim yapan bir sanatçı olarak kalmamış; eserlerini felsefi ve kuramsal bir temele oturtan araştırmacı bir sanatçı kimliği kazanmıştır.

Erdiren'in eserlerindeki temel amaç, dış dünyada gördüklerimizi birebir taklit etmek değil; makalelerinde de sıkça üzerinde durduğu "aisthesis" yani duyusal algıyı renk, leke ve çizgilerle tuvale dökmektir. Sanatçı, izleyicinin eseri sadece seyretmesini değil; onu kavramasını, değerlendirmesini ve kendi dünyasında anlamlandırmasını istemektedir. Sanat anlayışının merkezine koyduğu "özgürlük ve özgünlük" ilkeleri doğrultusunda, formları kendi hayal gücüyle serbestçe bozup yeniden kurarak soyut kompozisyonlar üretmektedir.

Sanatçı yalnızca tuval başında üretmekle yetinmemiş, hem yurt içinde hem de yurt dışında çok sayıda sergiye imza atmıştır. "Renklerin Felsefesi", "Güzelliğin Simetrisi" ve Karadağ'daki "Oran-Orantı" gibi kişisel sergilerinin yanında Gürcistan, Bulgaristan ve Yunanistan'da uluslararası karma sergilere ve çalıştaylara katılmıştır. Ayrıca Tekirdağ Kapalı Cezaevi'ndeki sergi küratörlüğü

ve posta sanatı gibi sınır tanımayan alanlardaki çalışmalarıyla sanatın insanlar arasında kurduğu köprü görevini sahaya da taşımıştır.

Bu çalışma kapsamında sanatçının farklı dönem ve sergilerde yer alan on eseri ele alınmıştır: Tuval üzerine yağlı boya ile çalıştığı Soyut Kompozisyon (2021), asit gravür tekniğiyle ürettiği figüratif soyutlama niteliğindeki Doğa ve Köpek (2019), simetri ve düzen hissini sorgulatan Simetri (2024), koyu zemin içindeki ışıkla umudu hissettiren Siyah (2026), kalın boya katmanlarıyla heykelimsi bir etki yaratan İsim (2022), sıla hasretini ve kübist etkileri yansıtan İsimsiz (2022), kırmızı tonların ağırlığıyla öfke duygusunu dışa vuran İsimsiz (2022) ve boya yüzeyini tarak benzeri bir araçla çekerek çizgisel ritim oluşturduğu akrilik İsimsiz (2022) tabloları değerlendirilmiştir.

Erdiren'in teknik yaklaşımına bakıldığında oldukça zengin bir çeşitlilik görülmektedir. Yağlı boya ve akrilik tekniklerinin yanında gravür, serigrafi ve litografi gibi özgün baskı tekniklerini de ustalıkla kullanmaktadır. Eserlerinde sıklıkla başvurduğu impasto tekniği, spatulayla uyguladığı kalın boya katmanları ve dokulu yüzeyler, resimlerine dokunma hissi katmakta ve onları iki boyutlu bir tuval olmaktan çıkarıp nesneleştirmektedir. Tarak benzeri aletlerle çekilen dikey çizgiler veya merkezden çevreye yayılan lekeler ise eserlerine hem güçlü bir yön ve ritim kazandırmakta hem de hareket hissi katmaktadır.

Yapılan bu inceleme, belirlenen araştırma amacına ulaşıldığını göstermekte; Erdiren'in felsefe, grafik tasarım ve plastik sanatlar disiplinlerini harmanlayarak kurduğu soyut dilin Türk resim sanatı içerisindeki özgün yerini ortaya koymaktadır. Böylelikle sanatçının yapıtları, yalnızca estetik birer yüzey olmanın ötesinde, düşünsel ve duyusal bir bellek nesnesi olarak işlev görmektedir.

Sonuç olarak, Yıldırım Onur Erdiren; renklerin felsefesini, grafik tasarımın getirdiği geometrik form ve şeritlerin dengesini ve soyut kompozisyonun sağladığı serbestliği bir araya getirmektedir. Eserlerinde zaman zaman karşılaştığımız kübist dokunuşlar, kanat ve kuş gibi kaçış ya da köprü hissi uyandıran imgeler ve askeri intizamı andıran simetrik hatlar, sanatçının hem duygusal dünyasını hem de doğa ile insan arasındaki gerilimi başarıyla yansıtmaktadır. Erdiren; rengi, geometrik formu ve soyut kompozisyonu bir düşünce aracı olarak kullanarak çağdaş sanatımıza felsefi yönü güçlü ve özgün eserler kazandırmayı sürdürmektedir.

Kaynakça

Aristoteles. (2018). *Poetika:* Şiir sanatı üzerine (A. Çokona ve Ö. Aygün, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. (Orijinal eser yak. MÖ 335 yılında yayımlanmıştır).

Atalay, M. C. (2023). *Soyut resimlerin anlamını incelemek: Plastik öğeler ve sanatçı bağlamı.*Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32, 597-620.

Erdiren, Y. O. (2021a). *Resim sanatı bağlamında estetik çözümlemenin basamakları: Estetik değer ve yargı ilişkisi*. H. S. Eti & Y. O. Erdiren (Ed.), *Disiplinlerarası akademik çalışmalar* içinde (ss. 157-176). Artikel Akademi.

Erdiren, Y. O. (2021b). *Sanatta Özgürlük Resim Sanatı*. Artikel Akademi.

Erdiren, Y. O. (2024). *Posta sanatı çalışmalarını sanat felsefesi açısından bir inceleme.* HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 12(24), 92-108.

Ersoy, A. (2016). *Sanat kavramlarına giriş.* Hayalperest Yayınevi.

Gombrich, E. H. (2020). *Sanatın öyküsü* (E. Erduran ve Ö. Erduran, Çev.). Remzi Kitabevi.

Platon. (2010). *Devlet* (S. Eyüboğlu & M. A. Cimcoz, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. (Orijinal eser yak. MÖ 375 yılında yayımlanmıştır).

Rynck, P. D. (2025). *Resim nasıl okunur eski ustalardan dersler* (N. Karasu Gökçe ve S. Yüzgüller, Çev.). Hayalperest Yayınevi.

Tunalı, İ. (1983). Grek estetik'i: Güzellik felsefesi - sanat felsefesi. Remzi Kitabevi.

Tunalı, İ. (1998). *Estetik*. Remzi Kitabevi.

Tunalı, İ. (2002). *Sanat ontolojisi*. İnkılap Kitabevi.

Venturi, L. (2018). *Resme nasıl bakılır? Giotto'dan Chagall'a resim ve ressamlar*(Esra Ermert Çev.). Hayalperest Yayınevi.

Woodford, S. (2024). *Resimlere bakmak* (Deniz Öztok Çev.). Hepkitap Yayınevi.

2. BÖLÜM

ÜRETKEN YAPAY ZEKA ESTETİĞİ ve GÖRSELERİN HOMOJENLEŞMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Burak DERVİŞOĞLU
İstanbul Topkapı Üniversitesi
Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Programı
burakdervisoglu@icloud.com
burakdervisoglu@topkapi.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-5638-1848

GİRİŞ

Metinden görüntü üreten yapay zekâ sistemleri, yazılı bir tariften birden fazla görsel seçenek üretmeyi gündelik yaratıcı iş akışlarının parçası hâline getirmiştir. Üretim hızındaki ve erişilebilirlikteki artış, daha önce uzmanlık ve zaman gerektiren bazı işlemleri kolaylaştırırken, görüntülerin nasıl seçildiği, hangi görsel kalıpların tekrarlandığı ve bu tekrarların kültürel sonuçları hakkında yeni sorular doğurmuştur. Bu çalışma, bu soruların bir bölümünü "görsel homojenleşme" başlığı altında inceler.

Görsel homojenlik ve homojenleşme tartışması burada üç ayrı düzeyde ele alınmaktadır. Birincisi, aynı komut altında üretilen birden çok örneğin birbirine benzemesidir. İkincisi, belirli grupların, coğrafyaların veya yaşam biçimlerinin çıktılarda eksik ya da klişeleşmiş biçimde temsil edilmesidir. Üçüncüsü, farklı kullanıcıların ve üretim bağlamlarının benzer üslup, kompozisyon veya yüzey özelliklerine yönelmesidir. Bu düzeyler bağlantılı olabilir, ancak aynı olgu değildir ve aynı yöntemle ölçülmez. Bu ayrım yapılmadığında, çeşitlilik üzerindeki her sorun "AI estetiği" gibi geniş ve sınanması güç bir ifadeyle açıklanır.

Makalenin amacı, bu farklı düzeyleri literatür temelinde açıklamak ve üret-

ken yapay zekânın estetik çeşitlilik üzerindeki etkilerine ilişkin güçlü iddiaları kanıtların taşıdığı sınırlar içinde yeniden kurmaktır. Çalışma, tüm üretken yapay zekâ uygulamalarını kapsama iddiası taşımaz; metinden görüntüye sistemlere ve seçilmiş görsel üretim araştırmalarına odaklanır. Araştırma soruları şunlardır: (1) Görsel homojenleşme hangi analitik düzeylerde tanımlanabilir? (2) Veri, model ve kullanıcı etkileşimi bu düzeyleri nasıl etkileyebilir? (3) Mevcut ampirik bulgular hangi sonuçları desteklemekte, hangi sonuçlar için ek araştırma gerekmektedir?

1. YAKLAŞIM VE KAPSAM

Bu çalışma, 2014–2025 arasında yayımlanmış seçilmiş akademik yayınlara dayalı anlatısal ve kuramsal bir literatür incelemesidir; sistematik derleme veya meta-analiz değildir. Kaynaklar; metinden görüntü üretiminin temel mimarileri, eğitim verisi denetimleri, temsil ve stereotip ölçümleri, komut etkileşimi, çeşitlilik değerlendirmesi ve insan-yapay zekâ yaratıcılığı başlıklarındaki ilgilerine göre seçilmiştir. Yayınların kimliği ve bibliyografik bilgileri DOI kayıtları, yayıncı sayfaları, NeurIPS ve ICLR arşivleri, Computer Vision Foundation ve ACL Anthology gibi birincil yayın ortamları üzerinden kontrol edilmiştir. Açık erişimli makaleler, erişilebilir yazar sürümleri ve kurumsal yayın özetleri, ilgili iddiaların doğrulanmasında kullanılmıştır. Bir yayının özetinden doğrulanamayan ayrıntılar, erişilebilir metinle desteklenmediğinde bu incelemenin bulgusu olarak sunulmamıştır. Kuramsal kaynaklar kavram ve mekanizmaları açıklamak; deneysel kaynaklar kendi model, veri, istem ve örneklem koşullarındaki sonuçları desteklemek için kullanılmıştır. ABD Telif Hakkı Ofisi belgesi yalnızca ABD hukukuna ilişkin açıklama için kullanılmıştır.

Kaynakların son bibliyografik kontrolü 4 Ekim 2026 tarihinde yapılmış; incelemenin yayın kapsamı 2014–2025 ile sınırlandırılmıştır. Seçim, görsel benzerlik, temsil çeşitliliği, üslup, komut etkileşimi ve yaratıcılık başlıklarının araştırma sorularına katkısına göre tematik olarak yürütülmüştür. Önceden kaydedilmiş arama dizgileri, dahil etme ve dışlama akışı ile bağımsız kodlama protokolü bulunmadığından çalışma, alandaki tüm yayınları temsil ettiğini veya homojenleşmenin yaygınlık oranını ölçtüğünü ileri sürmez. Yayın kaydının doğrulanması ile bütün deney ayrıntılarının değerlendirilmesi birbirinden ayrılmış; kapsamı sınırlı bilgiye dayanan çıkarımlar dar tutulmuştur. Bulgular, her makalenin model sürümü, veri kümesi, istemi, örneklemi ve ölçüm yöntemi içinde okunmalıdır.

2. GÖRSEL HOMOJENLEŞME KAVRAMI

"Çeşitlilik" tek başına bir ölçüt değildir. Bir çıktı kümesindeki renk paleti farklılığı, içerik kategorilerinin dengeli temsiliyle; farklı komutlardan alınan çıktılar arasındaki uzaklık ise aynı komut altında üretilen seçeneklerin çeşitliliğiyle aynı şeyi ölçmez. Bu nedenle görsel homojenleşme iddiasının hangi düzeye yöneldiği açıkça belirtilmelidir. Örneğin, belirli bir mesleği soran nötr bir komuta çoğunlukla tek bir demografik grubun yanıt olarak üretilmesi temsil yanlılığıdır; aynı komuttaki dört görselin benzer kadraj ve ışık düzeni taşıması örnekler arası benzerliktir; farklı kullanıcıların aynı popüler görsel niteleyicileri kullanması ise üretim kültürü veya platform dolaşımıyla ilgili yakınsamadır.

Görsel homojenlik ile görsel homojenleşme arasında da ayrım yapılmalıdır. Homojenlik, belirli bir çıktı kümesindeki benzerlik düzeyini; homojenleşme ise karşılaştırılabilir koşullar altında çeşitliliğin azalması veya çıktılar arasındaki yakınsamanın artması sürecini ifade eder. Tek bir üretim oturumundaki benzer görseller, düşük çeşitlilik gösterebilir; fakat zaman veya karşılaştırma grubu bulunmadığında bu gözlem bir homojenleşme sürecini tek başına kanıtlamaz. Dolayısıyla süreç iddiası, başlangıç düzeyi, karşılaştırma koşulları ve ölçüm aralığının açıklanmasını gerektirir.

Estetik çeşitlilik ise yalnızca nesne veya kişi kategorilerinin sayısıyla açıklanamaz. Bu incelemede kavram, kompozisyon ve mekânsal düzen, renk ve ışık ilişkileri, doku ve yüzey özellikleri, üslup tercihleri ve anlamlandırma bağlamındaki farklılıkları birlikte kapsayan bir tartışma alanı olarak kullanılmaktadır. Bunlar burada doğrulanmış tek bir ölçek olarak değil, ilerideki değerlendirmeleri yönlendirecek boyutlar olarak önerilmektedir. İki görsel aynı konuyu temsil ederken farklı estetik düzenler kurabilir; farklı konuları gösteren iki görsel de benzer ışık, kadraj ve yüzey tercihleriyle biçimsel olarak yakınlaşabilir.

Sanatsal değerlendirme, görüntünün biçimsel özelliklerinin yanında eserin nasıl üretildiği, seçildiği, sunulduğu ve yorumlandığıyla da ilişkilidir. Mazzone ve Elgammal (2019), yapay zekâ sanatını çağdaş sanat bağlamında tartışarak insan ve makine yaratıcılığına ilişkin tanımların yeniden değerlendirilmesini önerir. Bu yaklaşım, görsel farklılık ile estetik değer arasında zorunlu bir eşitlik kurulamayacağını düşündürür: yüksek varyasyon tek başına güçlü bir sanat eseri, belirgin üslup sürekliliği ise tek başına yaratıcılık kaybı anlamına gelmez.

Bu üç düzeyli ayrımın işlevi, farklı araştırma sonuçlarını aynı ölçümün kanıtı gibi kullanmayı engellemektir. Temsil denetimi hangi kimliklerin görünür olduğunu, örnekler arası karşılaştırma üretim seçeneklerinin ne ka-

dar farklılaştığını, üslup incelemesi ise biçimsel tercihlerin nasıl yakınlaştığını sorar. Böylece bir düzeyde saptanan sorun, diğer düzeylerde ayrıca sınanacak araştırma soruları üretebilir; fakat onların sonucu yerine geçmez.

Bu ayrım, homojenleşmeyi yalnızca modelin iç işleyişine yüklememeyi sağlar. Kullanıcı komutu, varsayılan parametreler, sistemin sunduğu varyasyonlar, seçme ve yeniden üretme pratikleri, platformların öne çıkardığı örnekler ve ticari iş akışları sonuç üzerinde etkili olabilir. Özellikle platformların öneri ve görünürlük mekanizmalarının uzun vadeli üslup yakınsamasına etkisi, bu incelemede açıklayıcı bir varsayım olarak ele alınmaktadır; bu etkinin büyüklüğünü belirlemek için doğrudan araştırma gerekir.

3. HOMOJENLEŞMEYE KATKIDA BULUNABILECEK MEKANIZMALAR

3.1. Eğitim Verisi ve Temsil

Geniş ölçekli görüntü-metin veri kümeleri, görüntülerle bunlara eşlik eden metinler arasındaki istatistiksel ilişkileri öğrenmede kullanılır. LAION-5B çalışması, 5,85 milyar CLIP ile filtrelenmiş görüntü-metin çiftinden oluşan veri kümesini tanıtır; ölçek, kaynak ve filtreleme tercihleri birlikte değerlendirilmelidir (Schuhmann et al., 2022). Bir veri kümesinin büyüklüğü kültürel veya demografik temsilin dengeli olduğunu tek başına göstermez. LAION-400M ve LAION-2B üzerinde yapılan karşılaştırmalı denetim, veri ölçeği arttıkça incelenen nefret içerik oranının yükseldiğini ve görsel NSFW filtresinin metin açıklamalarındaki tüm zararlı içeriği ayıklamadığını raporlamıştır (Birhane et al., 2023). Bu çalışma belirli veri kümelerindeki zararlı içerik riskini gösterir; tek başına belirli bir görsel estetik veya her model çıktısı hakkında sonuç vermez. Veri toplama kaynakları, alt yazı dili, kavramların etiketlenme biçimi ve filtreleme ölçütleri modelin ilişkilendirebildiği örüntüleri etkileyebilir.

Bu ilişkinin çıktılara nasıl yansıdığı, belirli sistemler üzerinde yapılan denetim çalışmalarında gösterilmiştir. Bianchi ve arkadaşları (2023), yaygın metinden görüntü üretim sistemlerinde sıradan komutların dahi ırk ve cinsiyet stereotiplerini yeniden üretebildiğini raporlamıştır. Basu ve arkadaşları (2023), ülke adı belirtmeyen bazı gündelik nesne görsellerinin coğrafi temsilinin sınırlı olduğunu; ülke adını komuta eklemenin temsili iyileştirse de tüm ülkeler için eşit sonuç sağlamadığını bulmuştur. Stable Bias, üç yaygın sistemde meslek istemleri üzerinden temsil farklılıklarını ölçmüş ve marjinalleştirilmiş kimliklerin farklı oranlarda eksik temsil edildiğini raporlamıştır (Luccioni et al.,

2023). Naik ve Nushi (2023), meslek, kişilik özelliği ve gündelik durumları algılanan cinsiyet, yaş, ırk ve coğrafi konum boyutlarında inceleyen çok boyutlu bir denetim sunar. T2IAT, görüntülerdeki valans ve örtük stereotip ilişkilerini sınayan bir ölçüm çerçevesi ortaya koyar (Wang et al., 2023). Farklı yöntemlerle elde edilen bu bulgular temsil riskine somut kanıt sunar; ancak temsil yanlılığı ile örnekler arası biçim benzerliği aynı sonuç değişkeni değildir ve her modelin veya bütün görsel alanın aynı biçimde homojen olduğu anlamına gelmez.

3.2. Model Mimarisi, Amaç Fonksiyonu ve Örnekleme

Üretken mimariler farklı öğrenme ve örnekleme düzeneklerine sahiptir. GAN yaklaşımında üretici ile ayırt edici arasındaki çekişmeli eğitim, belirli koşullarda bazı üretici ağların sınırlı sayıda örüntüye aşırı yönelmesine, yani mod çöküşüne yol açabilir; GAN örneklerindeki düşük çeşitlilik literatürde ayrıca bu adla incelenmiştir (Goodfellow et al., 2014; Lin et al., 2018). Bu kavram GAN eğitimindeki çeşitlilik kaybını açıklamak için kullanılır; difüzyon modellerinin bütün çıktılarının aynı nedenle benzeştiğini göstermez. VAE'ler olasılıksal gizil temsiller ve yeniden yapılandırma amacıyla çalışır (Kingma & Welling, 2014); bu teknik yapıdan doğrudan "estetik vasatlık" sonucu çıkarmak da doğru değildir. Difüzyon modelleri gürültüden görüntü üretme sürecini öğrenir; örnekleme adımları, koşullandırma, rehberlik ayarları ve eğitilmiş dağılım çıktıların görünüşünü etkileyebilir (Ho et al., 2020). Metinden koşullandırılmış gizil difüzyon mimarisi de bu teknik hattın yüksek çözünürlüklü senteze nasıl uyarlandığını gösterir (Rombach et al., 2022).

Dolayısıyla "modeller ortalamayı tercih eder" önermesi, bütün mimarilere ortak bir teknik yasa olarak sunulmamalıdır. Daha savunulabilir ifade, eğitim ve üretim hedeflerinin, belirli istemlerle birlikte bazı olası çıktıları diğerlerinden daha erişilebilir veya daha sık üretilir hâle getirebildiğidir. Bu olasılığın estetik yakınsamaya dönüşüp dönüşmediği; aynı model sürümü, kontrollü komutlar, çoklu rastgele tohumlar ve uygun bir çeşitlilik ölçütüyle ampirik olarak sınanmalıdır.

3.3. Kullanıcı Komutları ve Etkileşim

Kullanıcılar modelin sunduğu seçenekleri yalnızca tüketmez; komutları yeniden yazar, parametreleri değiştirir ve bazı sonuçları seçerek süreci yön-

lendirir. Xie ve arkadaşlarının (2023) geniş ölçekli komut kayıtlarını inceleyen çalışması, komutların konu, biçim ve amaç bildiren bileşenler içerebildiğini ve üretim oturumlarında keşif davranışı bulunduğunu gösterir. Liu ve Chilton (2022), konu ve üslup belirten istem sözcükleri ile model parametrelerinin çıktı niteliğine etkisini beş deneyde 5.493 görsel üretimi üzerinden inceleyerek tasarım ilkeleri önermiştir. Bu çalışmadaki insan değerlendirmeleri, kullanıcıların komut oluşturma davranışlarından ziyade üretilen görsellerin niteliğine yöneliktir. Chang ve arkadaşlarının (2023) sanatçı pratiklerini inceleyen araştırması ise istem ve çıktının birlikte sanat eseri olarak görülebildiğini, istem şablonlarının ve özgün sonuç arayışının üretim pratiğinde rol oynadığını gösterir. Bu araştırmalar, kullanıcı müdahalesi ve istem tasarımının önemini görünür kılar.

Bununla birlikte, arayüzlerin varsayılan ayarları, komut önerileri, görsel örnek galerileri ve kullanıcıların başarı ölçütleri, hangi seçeneklerin tekrarlandığını etkileyebilecek araştırma konularıdır. Bunlar makul mekanizma varsayımlarıdır; etkilerinin büyüklüğü ve yönü, platforma ve kullanıcı topluluğuna göre değişebilir. Bu metin, söz konusu etkileri kanıtlanmış evrensel sonuçlar olarak değil, sınanması gereken etkileşimsel süreçler olarak ele almaktadır.

3.4. Çeşitliliği Ölçme Sorunu

Çeşitlilik araştırması, önce hangi değişkenin çeşitliliği olduğunun tanımlanmasını gerektirir. Farklı nesne sınıfları, aynı sınıf içindeki renk ve biçim varyasyonları, demografik temsiller ve kompozisyon farklılıkları birbirinden ayrı ölçüm hedefleridir. Üretken model değerlendirmesinde kullanılan otomatik ölçütlerin insan yargısıyla her zaman örtüşmediği, farklı özellik çıkarıcıların ve metriklerin modelleri farklı sıralayabildiği gösterilmiştir (Stein et al., 2023). Bu nedenle tek bir benzerlik puanı estetik değeri veya toplumsal temsili doğrudan ölçmez. Gecko çalışması, metin-görüntü uyumunu değerlendirmek üzere bir kıyaslama kümesi geliştirmiş ve dört değerlendirme şablonu ile dört model kapsamında 100 binden fazla insan değerlendirmesi toplamıştır (Wiles et al., 2025). Burada ölçülen istem uyumu, görsel çeşitlilikten ve estetik yargıdan ayrı bir değerlendirme hedefidir. DIMCIM ise metinden görüntü modellerinde varsayılan çıktı çeşitliliği ve genelleme için nicel bir değerlendirme çerçevesi önerir (Teotia et al., 2025). Bu yöntemler, farklı ölçüm amaçlarının birbirinin yerine kullanılmaması gerektiğini göstermektedir.

4. GÖRSEL ÇEŞITLILIĞE DAIR AMPIRIK BULGULAR VE SINIRLAR

Kolektif çeşitlilik tartışmasında önemli bir çalışma, üretken yapay zekâ destekli kısa öykü yazımının bireysel yaratıcılık ve çıktıların toplu çeşitliliğiyle ilişkisini incelemiştir. Doshi ve Hauser (2024), yapay zekâ fikirlerinden yararlanan yazarların öykülerinin yaratıcılık, yazım kalitesi ve okuma keyfi bakımından daha yüksek değerlendirildiğini; buna karşılık yapay zekâ destekli öykülerin birbirine daha çok benzediğini raporlamıştır. Bu sonuç, yapay zekâ önerilerinden yararlanmanın bireysel fayda ile kolektif çeşitlilik arasında gerilim yaratabileceğine dair kanıt sunar. Ancak deneyin konusu kısa öykülerdir; sonuçlar görsel sanat eserlerine doğrudan aktarılmamalıdır.

Görsel alanda da çeşitlilik veya temsil sorunlarını doğrudan inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Bianchi ve arkadaşları (2023), stereotiplerin farklı türde komutlarla ortaya çıkabildiğini göstermiştir. Basu ve arkadaşları (2023) coğrafi temsile; Sun ve arkadaşları (2024) mesleklerde cinsiyet temsiline ve görsel sunum biçimlerine odaklanmıştır. AlDahoul ve arkadaşlarının (2025) SDXL üzerine çalışması belirli yüz üretimi görevlerinde ırksal ve cinsiyet temsiline ilişkin homojenleşme risklerini incelemiştir. Küresel kapsamı artıran ViSAGe çalışması, 135 milliyet üzerinden stereotiplerin görsel çıktılardaki görünürlüğünü ve "stereotypical pull" etkisini sınamıştır (Jha et al., 2024). Bu çalışma, temsili çeşitliliğin yalnızca ülke adını isteme ekleyerek çözüleceği varsayımını desteklemez. Temsil çeşitliliğini artırma yolları da incelenmiştir: ITI-GEN, referans görsellerle yönlendirilen bir üretim yaklaşımı önererek çeşitli niteliklerin daha dengeli gösterilmesini hedefler (Zhang et al., 2023). Bu müdahale, sorunun tanımlanabilir ve teknik olarak ele alınabilir olduğunu gösterir; kapsayıcılık ölçütü, referans seçimi ve kullanıcı kontrolü gibi kararlar ise normatif ve uygulamaya özgü kalır.

Görsel üretim için doğrudan ilgili bir başka çalışma, Zhou ve Lee'nin (2024) dört milyondan fazla eseri ve 50 binden fazla kullanıcıyı kapsayan araştırmasıdır. Çalışma, yapay zekâ kullanımıyla birlikte yaratıcı üretkenliğin ve platformdaki beğeniyle ilişkili değer göstergesinin arttığını; en yüksek içerik yeniliği yükselirken ortalama içerik ve görsel yeniliğin azaldığını raporlamıştır. Bu bulgular, üretim artışı ile ortalama yenilik düzeyinin farklı yönlerde değişebileceğini gösterir. Bununla birlikte platform beğenisi estetik değerin bütünüyle eşdeğeri değildir; kullanılan yenilik ölçüleri de bu makaledeki temsil çeşitliliği veya bütün üslup yakınsaması biçimleriyle aynı şeyi ölçmez. Sonuçlar, incelenen platform ve araştırma tasarımı içinde değerlendirilmelidir.

"AI estetiği" olarak tanınan pürüzsüz yüzeyler, yüksek ayrıntı, parlak aydınlatma veya benzer kompozisyonlar da dikkatli ele alınmalıdır. Bunlar belirli modellerin varsayılan davranışları, eğitim verileri, örnekleme ayarları veya kullanıcı tercihleriyle bağlantılı olabilir; fakat tanımlı bir örneklem ve ölçüm olmaksızın evrensel üslup imzası olarak nitelenemez. Neural style transfer araştırmaları, sinir ağlarının içerik ve stil temsillerini farklılaştırarak görüntü sentezleyebildiğini göstermiştir (Gatys et al., 2016). Bu bulgu, üsluba ilişkin teknik özelliklerin içerikten kısmen ayrıştırılabildiğini açıklamak için yararlıdır; bununla birlikte teknik stil temsili, bir eserin kültürel bağlamını ve estetik değerini bütünüyle karşılamaz.

Tablo 1. Görsel homojenleşme iddialarını ayırmak için önerilen analitik düzeyler

Analiz düzeyi	Sorulacak soru	Gerekli kanıt / ölçüm örneği
Örnekler arası benzerlik	Aynı komutta üretilen örnekler ne kadar benzer?	Çoklu tohum; görsel benzerlik ve insan değerlendirmesi
Temsil çeşitliliği	Kişiler, yerler ve kültürel nesneler nasıl temsil ediliyor?	Önceden tanımlı kategoriler; uzman/katılımcı değerlendirmesi
Üslup yakınsaması	Farklı kullanıcı ve komutların biçimsel çıktıları yakınlaşıyor mu?	Kontrollü karşılaştırma; zaman, model sürümü ve platform bilgisi

5. YARATICILIK, YAZARLIK VE TELİF TARTIŞMASI

Üretken sistemlerin sanattaki rolü, yalnızca çıktının biçimine değil, yaratıcı eylemin nasıl tanımlandığına da bağlıdır. Sanat ve yapay zekâ literatürünü gözden geçiren Cetinic ve She (2022), yapay zekânın hem sanat çözümlemesinde hem eser üretiminde kullanılan işlevlerini ve insan-makine ilişkisine dair açık soruları haritalar. İnsan yaratıcılığını yenilik ve değer üretimi üzerinden tartışan yaklaşımlar, yeni bir aracın üretim sürecini kolaylaştırmasının yaratıcılığın

bütünüyle makineye geçtiğini göstermediğini hatırlatır. Sanatçı konu belirleme, komut kurma, çıktı seçme, düzenleme, yeniden üretme, bağlam kurma ve eseri dolaşıma sokma kararları alabilir. Bu katkıların düzeyi uygulamadan uygulamaya değiştiğinden, yaratım sürecindeki katkıları ayrıştırmak daha açıklayıcıdır (Hertzmann, 2018; Zhou & Lee, 2024).

Telif tartışmasında hukuki sonuçlar ülkeye ve olayın özelliklerine göre değişir. ABD Telif Hakkı Ofisinin 2025 tarihli raporu, üretken yapay zekâ kullanılarak oluşturulan eserlerin teliflenebilirliğini ABD hukukundaki insan yaratıcılığı ölçütü ve somut insan katkısı bağlamında ele alır. Rapora göre yapay zekâdan yararlanılması tek başına korumayı dışlamaz; insanın yeterli ifade unsurlarını belirlemesi, yaratıcı düzenlemeleri veya değişiklikleri değerlendirmeye konu olabilir. Yalnızca istem verilmesi ise tek başına yeterli insan yazarlığı sağlamaz (U.S. Copyright Office, 2025). Bu değerlendirme ABD hukukuyla sınırlıdır; farklı ülkelerdeki telif düzenlemeleri için ayrıca inceleme yapılması gerekir.

Piyasa ve emek üzerindeki etkiler de doğrudan ölçüm gerektirir. Üretim maliyetinin azalması bazı iş akışlarını dönüştürebilir, ancak bundan sanatçı emeğinin genel olarak değersizleştiği veya geçim kaynaklarının belirli ölçüde azaldığı sonucu tek başına çıkarılamaz. Bu tür sonuçlar için sektör, meslek grubu, gelir, iş hacmi ve zaman içindeki değişimi karşılaştıran ekonomik ve sosyolojik araştırmalar gerekir. Dolayısıyla bu makale, emek ve piyasa sonuçlarını kanıtlanmış sonuçlar olarak sunmak yerine, araştırılması gereken etkiler olarak tanımlar.

6. ÇEŞİTLİLİĞİ DESTEKLEMEK İÇİN ELEŞTİREL PRATİKLER

Görsel çeşitliliği koruma önerileri, yalnızca kullanıcıya daha ayrıntılı komut yazmasını söylemekle sınırlı kalmamalıdır. Temsil yanlılığı araştırmaları, komuta kimlik veya ülke bilgisi eklemenin bazı görevlerde temsili iyileştirebildiğini; ancak tek başına bütün temsil sorunlarını çözmediğini göstermektedir (Basu et al., 2023; Bianchi et al., 2023). Bu nedenle müdahaleler, veri ve model değerlendirmesi, arayüz tasarımı ve sanatçı uygulamaları düzeylerinde birlikte ele alınmalıdır.

Veri ve model düzeyinde, farklı kültür ve kimliklerin yalnızca toplam veri hacmiyle değil, çıktıların alt gruplara göre değerlendirilmesiyle izlenmesi gerekir. Kullanıcının istediği temsil dağılımını belirleyebilmesi ile modelin bu talebi karşılayabilmesi ayrı sorunlardır. Naik ve Nushi'nin (2023) bulguları, daha

ayrıntılı istemlerin bazı yanlılıkları azaltabilmesine rağmen görüntü kalitesi ve diğer kullanım bağlamlarındaki sorunları bütünüyle çözmediğini gösterir. Referans görsellerle yönlendirilen ITI-GEN gibi yaklaşımlar ise belirli niteliklerin daha dengeli temsili için teknik müdahale olanakları sunar (Zhang et al., 2023). Referans seçimi ve kategori tanımları, müdahalenin sonuçlarıyla birlikte değerlendirilmelidir.

Arayüz düzeyinde, kullanıcıya model sürümü, rastgele tohum ve üretim ayarları hakkında işlevsel bilgi verilmesi; aynı istemden farklı seçenekler üretebilmesi ve seçim geçmişini karşılaştırabilmesi önerilebilir. Bu öneri, istem ve parametrelerin çıktı niteliği üzerindeki etkisini gösteren araştırmalarla ilişkilidir (Liu & Chilton, 2022); arayüzün çeşitliliği hangi ölçüde artıracağı ise ayrıca sınanmalıdır. Görsel galeriler ve hazır istem şablonlarının etkisi de otomatik olarak olumlu veya olumsuz kabul edilmemelidir. Şablonlar belirli bir üretim dilini paylaşmayı kolaylaştırırken kullanıcılar bunları farklılaştırmak için özel sözcükler ve modelin beklenmedik sonuçlarından da yararlanabilir (Chang et al., 2023).

Sanatçı uygulamalarında, ilk çıktıyı kabul etmek yerine alternatif istemleri karşılaştırmak, farklı sonuçlar arasında seçim gerekçesini kaydetmek ve düzenleme katkısını görünür kılmak yararlı olabilir. Bu süreçte çeşitlilik hedefi, yalnızca seçenek sayısı olarak değil, eserin konusu ve bağlamı için anlamlı farklılıklar üzerinden tanımlanmalıdır. Değerlendirme aşamasında otomatik görsel ölçütler, sanat ve tasarım uzmanlarının yargılarıyla birlikte ele alınmalıdır; tek bir metrik, insan değerlendirmesinin bütün boyutlarını temsil etmez (Stein et al., 2023). Bu uygulamalar çeşitliliği garanti eden kurallar olarak değil, etkileri karşılaştırmalı araştırmalarla incelenebilecek çalışma önerileri olarak sunulmaktadır.

SONUÇ VE İLERİ ARAŞTIRMALAR

Bu inceleme, üretken yapay zekâ ile görsel homojenleşme arasındaki ilişkiyi kaçınılmaz bir teknoloji yasası olarak değil, farklı düzeylerde ortaya çıkabilen ve kanıt türlerine göre değerlendirilmesi gereken bir sorun olarak yeniden kurmuştur. Temel katkısı, örnekler arası benzerlik, temsil çeşitliliği ve üslup yakınsamasını ayrı sonuç değişkenleri olarak ele almak ve görsel homojenliği, çeşitliliğin azalmasına ilişkin süreç iddiası olan homojenleşmeden ayırmaktır. Literatür, belirli sistemlerde temsili yanlılık ve bazı üretken görevlerde kolektif çeşitliliğin daralması için ampirik bulgular sunmaktadır. Buna karşılık, bütün

görsel üretimlerin aynı estetiğe yaklaştığını veya tüm mimarilerin estetik olarak istatistiksel ortalamaya yöneldiğini söylemek için bu bulgular yeterli değildir.

İleri araştırmalar, aynı komutları farklı model sürümlerinde ve tekrarlı örneklemeyle sınayarak örnekler arası benzerliği ölçebilir; coğrafi ve kültürel temsil için uzman ve kullanıcı değerlendirmelerini birleştirebilir; kullanıcıların seçim, düzenleme ve yeniden üretim geçmişlerini izleyerek arayüzün etkisini inceleyebilir. Homojenleşme iddiaları için karşılaştırma düzeyi, zaman aralığı ve başlangıç çeşitliliği açıkça tanımlanmalıdır. Görsel benzerlik ölçütleri tek başına estetik değeri temsil etmediğinden, otomatik ölçümler insan değerlendirmesi ve açık araştırma protokolleriyle birlikte kullanılmalıdır. Böylece teknik çeşitlilik, temsil adaleti ve estetik özgünlük arasındaki ilişkiler ölçülebilir hâle gelir.

Sonuç olarak, üretken yapay zekânın estetik etkileri yalnızca "makine ne üretiyor?" sorusuyla açıklanamaz. Hangi verinin görünür olduğu, modelin seçenekleri nasıl sunduğu, kullanıcının neyi seçtiği ve bu görüntülerin hangi dolaşım sistemlerinde öne çıktığı birlikte incelenmelidir. Böyle bir yaklaşım, üretken araçların yaratıcı olanaklarını kabul ederken çeşitlilik ve temsil sorunlarını somut, sınanabilir ve bağlama duyarlı biçimde tartışmayı mümkün kılar.

Kaynakça

AlDahoul, N., Rahwan, T., & Zaki, Y. (2025). AI-generated faces influence gender stereotypes and racial homogenization. *Scientific Reports, 15*, Article 14449. https://doi.org/10.1038/s41598-025-99623-3

Basu, A., Babu, R. V., & Pruthi, D. (2023). Inspecting the geographical representativeness of images from text-to-image models. In *Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision* (pp. 5136–5147). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICCV51070.2023.00474

Bianchi, F., Kalluri, P., Durmus, E., Ladhak, F., Cheng, M., Nozza, D., Hashimoto, T., Jurafsky, D., Zou, J., & Caliskan, A. (2023). Easily accessible text-to-image generation amplifies demographic stereotypes at large scale. In *Proceedings of the 2023 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 1493–1504). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3593013.3594095

Birhane, A., Prabhu, V., Han, S., Boddeti, V. N., & Luccioni, S. (2023). Into the LAION's den: Investigating hate in multimodal datasets. In A. Oh, T. Naumann, A. Globerson, K. Saenko, M. Hardt, & S. Levine (Eds.), *Advances in neural in-*

formation processing systems (Vol. 36, pp. 21268–21284). Neural Information Processing Systems Foundation. https://doi.org/10.52202/075280-0930

Cetinic, E., & She, J. (2022). Understanding and creating art with AI: Review and outlook. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications, 18*(2), Article 66. https://doi.org/10.1145/3475799

Chang, M., Druga, S., Fiannaca, A. J., Vergani, P., Kulkarni, C., Cai, C. J., & Terry, M. (2023). The prompt artists. In *Proceedings of the 15th Conference on Creativity and Cognition* (pp. 75–87). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3591196.3593515

Doshi, A. R., & Hauser, O. P. (2024). Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content. *Science Advances, 10*(28), Article eadn5290. https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290

Gatys, L. A., Ecker, A. S., & Bethge, M. (2016). Image style transfer using convolutional neural networks. In *Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition* (pp. 2414–2423). IEEE. https://doi.org/10.1109/CVPR.2016.265

Goodfellow, I. J., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., Courville, A., & Bengio, Y. (2014). Generative adversarial nets. In Z. Ghahramani, M. Welling, C. Cortes, N. Lawrence, & K. Weinberger (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 27, pp. 2672–2680). Curran Associates. https://papers.nips.cc/paper_files/paper/2014/hash/f033ed80deb0234979a61f95710dbe25-Abstract.html

Hertzmann, A. (2018). Can computers create art? *Arts, 7*(2), Article 18. https://doi.org/10.3390/arts7020018

Ho, J., Jain, A., & Abbeel, P. (2020). Denoising diffusion probabilistic models. In H. Larochelle, M. Ranzato, R. Hadsell, M. F. Balcan, & H. Lin (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 33, pp. 6840–6851). Curran Associates. https://proceedings.neurips.cc/paper/2020/hash/4c5bcfec8584af0d967f1ab10179ca4b-Abstract.html

Jha, A., Prabhakaran, V., Denton, R., Laszlo, S., Dave, S., Qadri, R., Reddy, C. K., & Dev, S. (2024). ViSAGe: A global-scale analysis of visual stereotypes in text-to-image generation. In L.-W. Ku, A. Martins, & V. Srikumar (Eds.), *Proceedings of the 62nd annual meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long papers)* (pp. 12333–12347). Association for Computational Linguistics. https://doi.org/10.18653/v1/2024.acl-long.667

Kingma, D. P., & Welling, M. (2014). Auto-encoding variational Bayes. In *International Conference on Learning Representations*. https://arxiv.org/abs/1312.6114

Lin, Z., Khetan, A., Fanti, G., & Oh, S. (2018). PacGAN: The power of two samples in generative adversarial networks. In S. Bengio, H. Wallach, H. Larochelle, K. Grauman, N. Cesa-Bianchi, & R. Garnett (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 31, pp. 1498–1507). Curran Associates. https://proceedings.neurips.cc/paper/2018/hash/288cc0ff022877bd3df94bc9360b9c5d-Abstract.html

Liu, V., & Chilton, L. B. (2022). Design guidelines for prompt engineering text-to-image generative models. In *Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Article 384). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3491102.3501825

Luccioni, A. S., Akiki, C., Mitchell, M., & Jernite, Y. (2023). Stable bias: Evaluating societal representations in diffusion models. In A. Oh, T. Naumann, A. Globerson, K. Saenko, M. Hardt, & S. Levine (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 36, pp. 56338–56351). Neural Information Processing Systems Foundation. https://doi.org/10.52202/075280-2458

Mazzone, M., & Elgammal, A. (2019). Art, creativity, and the potential of artificial intelligence. *Arts, 8*(1), Article 26. https://doi.org/10.3390/arts8010026

Naik, R., & Nushi, B. (2023). Social biases through the text-to-image generation lens. In *Proceedings of the 2023 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (pp. 786–808). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3600211.3604711

Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., & Ommer, B. (2022). High-resolution image synthesis with latent diffusion models. In *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition* (pp. 10684–10695). IEEE. https://doi.org/10.1109/CVPR52688.2022.01042

Schuhmann, C., Beaumont, R., Vencu, R., Gordon, C., Wightman, R., Cherti, M., Coombes, T., Katta, A., Mullis, C., Wortsman, M., Schramowski, P., Kundurthy, S., Crowson, K., Schmidt, L., Kaczmarczyk, R., & Jitsev, J. (2022). LAION-5B: An open large-scale dataset for training next generation image-text models. In S. Koyejo, S. Mohamed, A. Agarwal, D. Belgrave, K. Cho, & A. Oh (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 35, pp. 25278–25294). Neural Information Processing Systems Foundation. https://doi.org/10.52202/068431-1833

Stein, G., Cresswell, J. C., Hosseinzadeh, R., Sui, Y., Ross, B. L., Villecroze, V., Liu, Z., Caterini, A. L., Taylor, J. E. T., & Loaiza-Ganem, G. (2023). Exposing flaws of generative model evaluation metrics and their unfair treatment of diffusion models. In A. Oh, T. Naumann, A. Globerson, K. Saenko, M. Hardt, &

S. Levine (Eds.), *Advances in neural information processing systems* (Vol. 36, pp. 3732–3784). Neural Information Processing Systems Foundation. https://doi.org/10.52202/075280-0165

Sun, L., Wei, M., Sun, Y., Suh, Y. J., Shen, L., & Yang, S. (2024). Smiling women pitching down: Auditing representational and presentational gender biases in image-generative AI. *Journal of Computer-Mediated Communication, 29*(1), Article zmad045. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad045

Teotia, R., Ross, C., Ullrich, K., Chopra, S., Romero-Soriano, A., Hall, M., & Muckley, M. (2025). DIMCIM: A quantitative evaluation framework for default-mode diversity and generalization in text-to-image generative models. In *Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision* (pp. 16431–16440). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICCV51701.2025.01525

U.S. Copyright Office. (2025). *Copyright and artificial intelligence, Part 2: Copyrightability*. https://www.copyright.gov/ai/Copyright-and-Artificial-Intelligence-Part-2-Copyrightability-Report.pdf

Wang, J., Liu, X., Di, Z., Liu, Y., & Wang, X. (2023). T2IAT: Measuring valence and stereotypical biases in text-to-image generation. In A. Rogers, J. Boyd-Graber, & N. Okazaki (Eds.), *Findings of the Association for Computational Linguistics: ACL 2023* (pp. 2560–2574). Association for Computational Linguistics. https://doi.org/10.18653/v1/2023.findings-acl.160

Wiles, O., Zhang, C., Albuquerque, I., Kajić, I., Wang, S., Bugliarello, E., Onoe, Y., Papalampidi, P., Ktena, I., Knutsen, C., Rashtchian, C., Nawalgaria, A., Pont-Tuset, J., & Nematzadeh, A. (2025). Revisiting text-to-image evaluation with Gecko: On metrics, prompts, and human rating. In *International Conference on Learning Representations*. https://proceedings.iclr.cc/paper_files/paper/2025/hash/0114e631f415a438d8fbb7c9a99c10c8-Abstract-Conference.html

Xie, Y., Pan, Z., Ma, J., Jie, L., & Mei, Q. (2023). A prompt log analysis of text-to-image generation systems. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2023* (pp. 3892–3902). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3543507.3587430

Zhang, C., Chen, X., Chai, S., Wu, C. H., Lagun, D., Beeler, T., & De la Torre, F. (2023). ITI-GEN: Inclusive text-to-image generation. In *Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision* (pp. 3969–3980). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICCV51070.2023.00367

Zhou, E., & Lee, D. (2024). Generative artificial intelligence, human creativity, and art. *PNAS Nexus, 3*(3), Article pgae052. https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae052

3. BÖLÜM

SANATSAL İFADE ARACI OLARAK GÖLGE OYUNU

Doç. Dr. Buşra İNCIRKUŞ ULUSHAN
Süleyman Demirel Üniversitesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
busraincirkus@sdu.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-3056-0223

GİRİŞ

Tarihsel altyapı içinde gölge oyunu çok eskilere dayanmaktadır. Fakat tam olarak ne zaman ve nerede ortaya çıktığı bilinmemektedir. En erken örnekleri Çin'de görülmüştür. Çok çeşitli şekillerde oluşturulan gölge oyunları ülkemizde de "Karagöz ve Hacivat" adı altında yıllarca sergilenmiştir. Sanatsal olarak bakıldığında son derece renkli figürlerin yer aldığı gölge oyunları, izleyene karakterin bütün hallerini ve diyalogu vermek için yapılmıştır. Araştırmanın konusu tarihsel arka planda gölge oyunlarının sanatsal olarak ifadesini ortaya koymaktadır. Kullanılan figürler, arka plan çalışmaları ve hayvan figürleri verilmek istenen mesaja yönelik, hem öğretici hem de eğlendirici formda yapılmaktadır. Araştırma ilk önce gölge oyununun tarihçesinden bahsederek başlayacaktır, bulgular kısmında dünyadan gölge oyunu örnekleri verilecektir.

Geleneksel sanatlardan biri olan gölge oyunu ülkemizde gerektiği kadar ilgi görmese de her daim güncelliğini korumaktadır. Şu an halen gerek Çin, gerek Endonezya'da festival gibi etkinliklerde varlığını sürdürmektedir. Ülkemizde de gölge oyununa olan ilginin arttırılması araştrmanın önemini oluşturmaktadır.

1. GÖLGE OYUNUNUN TARİHÇESİ

Gölge oyunu dünyanın en eski sanat dallarından biridir, zemine yansıyan ışığın ve nesnelerin varlığına bağlı olarak değişmektedir. Gösterilen figürler ve nesneler ışığın yapısına ve yönüne göre değişmektedir. Başlangıcından beri gölge oyunu tiyatrosu insanların ilgisini çekmektedir. Çoğu zaman eğlendirmiş, bazen korkutmuş bazen de diyaloglar yoluyla insanları eğitmiştir.

Kesin olmamakla beraber gölge oyununun Çin'de ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Yapılan etkinliklerin Asya kıtasında ortaya çıktığı kesin olarak bilinmektedir. Asya kıtasındaki güney ve doğu bölgelerinde yer alan ülkelerde gölge oyununda figür yapımı, repertuar ve oyunculuk teknik ve diyalogları arasında belirgin farklılıklar vardır. Çin'deki komünist devrim öncesinde bolca yer alan etkinlikler devrim sırası ve sonrasında kabul görmemiş ve bu tiyatroları etkinlik olarak yapan kişiler kamplarda öldürülmüştür. Fakat başka ülkelerden gölge ve kukla tiyatrocuları Çin gölge oyunu tiyatrosunu yeniden canlandırmıştır. Asya'da ülkelerin yapısına ve bölgelere bağlı olarak değişkenlik gösteren gölge oyunları figür özellikleri, oyun teknikleri ve konular bakımından oldukça farklıdır. Konu ve temalar genellikle tarihsel altyapıya, efsanelere ve inançlara dayanmaktadır. Perdelerin yapısı da değişmektedir, bazen dikdörtgen bazen de kare olarak yer almaktadır. Bu farklılıklar arka planda yer alan gölge oyuncularının sayısını da değiştirmektedir.

Tarihsel olarak gölge oyunlarında genellikle komedi unsurları bulunmaz ve görünmeyen arka planda canlı müzik yer almaktadır. Canlı müziğin olduğu oyunlarda perdeler genellikle dikdörtgen yapılmaktadır, bu da arka planda yer alan oyuncuların sağ ve sol olmak üzere yerleşmesini sağlamaktadır. Bu sayede izleyenler daha geniş bir bakış açısıyla oyunu izleyebilmektedir (Oral, 2009).

Gölge oyunu Çin'de Han Hanedanı döneminde 2 bin yıldan fazla bir süre önce ortaya çıkmıştır. En popüler konusu bir efsaneye dayanmaktadır. Bu efsane en sevdiği cariyesinin ani vefatıyla geri dönülmez bir kalp kırıklığına uğrayan İmparator Han Wudi'yi anlatmaktadır. İmparatorun danışmanlarından en bilgesi, giden kişilerin ruhlarını nasıl canlandıracağını düşünürken, öğle güneşi altında avluda şemsiyelerle oynayan çocuklarla karşılaşır. Basit şemsiyeler gerçekçi gölgeler oluşturur, bu durum da danışmanın aklına bir fikir getirir. O akşam danışman İmparatoru özel bir gösteri için avluya davet eder, orada merhum İmparatoriçenin yüz hatları ve giyimini bir kukla üzerinde o kadar iyi benzetir ki İmparator yeniden bu durum karşısında eski gücünü geri kazanarak uzun yıllar boyunca hüküm sürmeye devam eder. Bu efsane kurgu olmuş olsa da gölge oyununun tarihi gücüne işaret etmektedir.

Çin'deki gölge oyunu soylular adına yapılmış olmasına rağmen, bu oyunlar halk sanatı haline gelmiştir. Bu durumun oluşmasında oyunun sadeliği, taşınabilirliği ve gece gösterileri gündüz çalışan işçiler için uygun bir etkinlik olmasını sağlamıştır. Güneş battıktan sonra işçiler ve çiftçiler; kuklacılar, şarkı söyleyen ve müzik aleti çalanlar ile birlikte bu geleneği sürdürmüştür. Bu etkinlikler her duruma uygun yapılabiliyordu, bunlar; doğum günleri, düğünler, anma törenleri ve cenazelerdir. Son 2 bin yılda bu gelenek savaş ve kıtlıktan rejim değişikliğine ve kültür devrimine kadar bütün olağanüstü durumlar karşısında ayakta kalmıştır. Çin gölge oyunu kendi altın çağında neredeyse her bölgede popüler olmuştur ve bu da onu Çin'in en yaygın halk sanatından biri haline getirmiştir. Her bölge kendi estetik algısına, müzikal etkisine varana kadar her şeyde kendi sanat formunu oluşturmuştur. Ne yazık ki 21. yüzyılda Çin'de gölge oyunu teknolojik ilerlemeler karşısında gerilemiştir. İlginin modern eğlence biçimlerine kayması izleyicilerin ve yetişen ustaların hızla azalmasına yol açmıştır (URL 1).

Çin gölge oyunu ışık ve gölge arasındaki kontrast ve hareket ile kukla hareketlerinin uyumuyla yapılmaktadır. Müzik, şarkı söyleme ve hikaye anlatımıyla birleşen gölge oyunu Çin folklorunun somutlaşmış halidir. Yerine konulamaz ve somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak kabul edilen oyun, UNESCO tarafından 2011 yılında Çin kültürel mirasının listesine girmiştir. Çin yerel yönetimleri, sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte bu geleneği sürdürerek geri planda kalmaması için çalışmaktadır (URL 2).

Gölge oyununda Çin kadar olmasa da eski bir geleneğe sahip olan Araplarda gölge oyunu Emevilerin erken dönemine kadar uzanmaktadır. İlk kanıtlar 1000 ila 1250 yıllarına tarihlendirilmektedir. İfade edildiğine göre Naka'id adlı yergi şairi Cerir bin Atiyye, kadın rolleri oynayan bir erkek aktör arasında bir husumet ortaya çıkmıştır. Cerir bin Atiyye'nin husumetlisi aktör şaire eğer kendisini şiir yoluyla eleştirmeye devam ederse şairin annesine oyunlarında hakaret edeceğine dair tehdit etmiştir. Arap gölge oyunlarının bu şekilde başladığı düşünülmektedir. Ayrıca oyunların konusu İslam dünyasında büyük bir öneme sahip "Bin bir Gece Masalları"ndan da alınmıştır. Bu oyunlarda Türk gölge oyunlarında da olan Karagöz ve Karagöz'ün karısı karakterleri de yer almaktadır (Yıldırım, 2025). Endonezya gölge oyunu ise iki farklı coğrafi bölgeye ayrılmıştır, bunlar; Java ve Bali adasında yapılan gölge oyunlarıdır. Endonezya'da gölge oyunlarına "Wayang Kulit" denilmektedir. Java Wayang Kuliti'inin ilk çıkış noktası saray mensupları için yapılan efsaneleri konu almıştır. Yerel halk için olan gölge oyunlarında ataların ruhlarını kutsamak ve sihir yardımıyla ataların ruhlarının çağrıldığına inanılmaktadır. Bir diğer çıkış noktası ise Hindistan

gölge oyunlarından alınan ilham ile yapıldığı yönündedir. Hint destanlarından esinlenilerek yapılan bu oyunlarda kullanılan dil antik Java dilidir, hal böyle olunca bu teori anlamını yitirmektedir. Bir başka inanış gölge oyununun Orta Asya'da ortaya çıktığı ve buradan Çin, Hindistan ve Güneydoğu Asya'ya yayıldığı görüşündedir. Bali Wayang Kulit gölge oyunu dalang adı verilen bir usta tarafından oynatılırdı. Oyunun hikayeleri çoğunlukla Hint destanı Mahabbarata'dan alınmaktadır. Etkinlikler güneş battığında başlar ve yaklaşık dokuz saat sürmektedir. Tasvirler kelir denilen perdeyle oynatılır, arka planda yerel müzik aletleri çalan müzisyenler bulunmaktadır. Etkinlikler eğlendirme ve ritüel amacıyla yapılmaktadır (Yıldırım, 2025).

Hindistan gölge oyunlarında konular köksüzlük üzerine yapılmıştır. Hindistan'da çeşitli adlarla var olan, yaygın ve çok farklı şekillerde yapılmalarına rağmen kökeninin çok eski olmadığı bilinmektedir. Buradaki gölge oyunlarında bir standart olmamaktadır, figürlerin boyları çok uzun ya da çok kısa yapılabilmektedir. Kadın figürleri kadınlar, erkek figürleri erkekler oynatmaktadır. Oynatıcılar müzik eşliğinde figürleri oynatmakta, perdeler Hindistan cevizi yağı yakılarak aydınlatılmaktadır. Japon gölge oyunu Edo döneminde başlamıştır, Kage-e ya da Nishiki Kage-e adıyla bilinmektedir. Meji döneminde halk tarafından çok sevilmiştir. Gölge oyunu Japonya'da çok sevilmiş olmasına rağmen sınırlı bir yayılım göstermiştir. Japon gölge oyunu figürleri genellikle tek renkli ve bütünü tek bir maddeden oluşan opak suretlerdir. Karagöz oyunlarındaki tek kişiyle koordine etmenin aksine Japon figürlerini hareket ettirmek için en az dört kişi gereklidir. Figürlerin büyük boyutlu olmasından dolayı her bir uzvun hareket ettirilmesi belli bir uyuma göre yapılmalıdır (Yıldırım, 2025). Kamboçya, Malezya ve Taiwan'daki gölge oyunları Çin'în Hindistan'ın ve Enzonezya'nın etkisinde kalmıştır. Oyunlardaki konular ve figürler birbirine benzemektedir.

Gölge oyununun Türkler arasında ilk olarak nasıl var olduğu bilinmemekle beraber bazı kuramcılar Bizanslılardan alınmış olduğu dolayısıyla antik Yunan tiyatrosundan alındığı yönündedir. Bir başka kuramcı da Çin'de ortaya çıkarak Batı'ya Moğollar ile Orta Asya'daki Türkler tarafından taşındığı görüşündedir. Diğer kuramcılar da gölge oyununun Hindistan'da ya da Mısır'da ortaya çıktığı buradan Türklere geçtiği şeklinde düşünmektedir. Evliya Çelebi de gölge oyununun kökeninin Osmanlı'nın ilk dönemlerinde Bursa'nın baş şehir olduğu yıllarda Türkler tarafından geliştirildiğini yazmıştır (Alkan, 2025).

Gölge oyunu Karagöz, Türk sanatının en eski örneklerinden birini oluşturmaktadır. Anadolu'da gelişen, bu toprakların sınırlarını aşan ve geniş bir bölgenin ortak kültürel mirası haline gelen Karagöz, eğlendirirken düşündüren bir sanat dalıdır. Yüzyıllar boyunca Karagöz, farklı yüzleri, lehçeleri ve yaşamları

bir araya getirerek aynı sahnede otantik kimliklerle diyalog kurmuştur. Kurgunun ötesinde Karagöz çoğu zaman hayatın kendisi gibi bir gerçeklik gösterisidir. Mizahi kültürü ve yarattığı tiplemelerle, bugün varlığını korumayı sürdürebilmiştir. Çin'den önce UNESCO tarafından 2009 yılında somut olmayan kültürel miras olarak kabul edilmiştir (Oral, 2009).

Türkler deri ticareti, dokumacılık ve bitkilerden elde edilen kök boyalarla yapılan tasarımlarıyla ün kazanmıştır. Bu malzemeler gölge oyununun temelini oluşturmaktadır. Figürlerin yapımında, perdelerde ve arka plan görsellerinde hep bu kültürün yansımaları görülmektedir. Türklerde gölge oyununun kökeni hakkında bilgilerin yer aldığı kitaplarda Çinli soylular tarafından davet edilen Türklerin gölge oyunu oynamaya davet edildiği belirtilmektedir. Bu kaynakların çoğu Çin literatüründe bulunmaktadır. Karagöz'ün oyun tarzı ve figürleri Çin gölge tiyatrosuna çok benzemektedir. Türklerin İslamiyet'i kabul etmelerinden sonra sanatta insan tasvirleri yasaklanmış olsa da Anadolu'nun bazı köylerinde oyunlar oynanmaya devam etmiştir. Daha sonra Orta Asya'da yayılım gösteren gölge oyunu, yeniden canlanma fırsatı bulmuştur (Oral, 2009).

Karagöz ve Hacivat etrafında şekillenen gölge oyunları, toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi sorunları mizahi bir dille aktarmaktadır. Günlük hayatın komik durumları ve zeki diyaloglar içermektedir. Bu oyunlar adaletsizlik ve yoksulluk gibi sosyal sorunları eleştirirken, eğitim sistemi ve sosyal statüler arası çatışmalara dikkat çekmektedir. Ayrıca sosyal ve kültürel çeşitliliğiyle önemli mesajlar taşımakta ve farklı etnik ve sosyal grupların temsili aracılığıyla empati kurmayı ve farklılıkları anlamayı teşvik etmektedir. Bu geleneksel sanat biçimi geçmiş ile gelecek arasında köprü kurarak kültürel değerlerin korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına olanak tanımaktadır. Bu amaçla Karagöz oyunlarını yaşatmak ve geliştirmek için yapılan çalışmalar geleceği aydınlatmaya katkı sağlayacaktır. Günümüzde teknolojinin gelişimi sayesinde Karagöz oyunları dijital ortamlarda sunulmuş geniş kitlelere ulaşılması sağlanmış ve sağlanmaya devam etmektedir (Qi, 2024).

Karagöz gölge oyunu çeşitli konuları işlemeden önce karakterlerin bir araya geldiği bir hikayeye dayanmaktadır. Hikaye şu şekildedir: Orhan Bey, Bursa'yı fethedip dönmüştür. Adına yapılacak Orhan Camii için Hacı İvaz Paşa'yı yani Hacivat'ı bu iş için görevlendirmiştir. Hacivat'ın ustası Anadolu'dan gelmiş inşaat işlerinden anlayan Karagöz'dür. Fakat diyalogları ve birbirleriyle şakalaşmaları nedeniyle inşaat bir türlü bitmemektedir. Şakalar ve şaklabanlıklarıyla ünlü Karagöz'ün, soylu ve aynı zamanda bilgili olan Hacivat'ın diyalogları diğer çalışan işçilerin oturup onları dinlemesine ve bu sayede işleri yapmamasına yol açmaktadır. Bunu öğrenen Orhan Bey yapılan minarenin birinin dibinde

Karagöz'ü öldürtür. Bursa'nın fetih şenlikleri sırasında yapılan bu infaz halk tarafından üzüntüyle karşılanır, pişman olan Orhan Bey Hacivat'ı yanına ister. Fakat Hacivat kendisinin de idam edileceğini düşündüğü için korkup hacca gitmiştir. Yolda Arap eşkıyaları tarafından öldürülen Hacivat'ın durumunu öğrenen Orhan Bey eşkıyaları yakalattırır ve idam ettirir. Hizmetlilerden biri Şeyh Küşteri'nin Karagöz ile Hacivat'ın konuşmaları ve şakalaşmalarını bildiğini Orhan Bey'e söylemiştir. Orhan Bey'de Şeyh Küşteri'yi yanına çağırarak bu hikayeleri dinlemiş ve bunu kalıcı hale getirmek için diyalogları oyunlaştırmışlardır. Karagöz ile Hacivat gölge oyunu bu şekilde ortaya çıkmıştır (URL 6).

2. BULGULAR VE YORUM

Dünyada gölge oyunları kültürel, ekonomik ve toplumsal olarak çeşitlilik göstermektedir. Çin'de ortaya çıktığında daha çok soylulara hitap ederken, diğer Asya ülkelerinde efsanelere ve gündelik hayata odaklanmaktadır. Çin gölge oyunu figürlerinde geleneksel giyim tarzında yapılan karakterler ön plana çıkmaktadır (Görsel 1 ve 2). Görsel 1'de iki yaşlı figürü yaşlılığın vermiş olduğu deneyim ve bilgi bakımından koyu renklerde yapılmıştır. İletişim halinde olan figürler birbirlerine bakmaktadır ve konuşulan konuya odaklanmaktadırlar. İlk dönemlerde yapılan figürlerin karakterleri monokrom ya da çok az renk çeşitliliğine sahipken sonraki yıllarda yapılan figürlerin renkleri çeşitlenmiştir (Görsel 2). Görsel 2'de iki genç çift tasvir edilmiştir, birbirleriyle sakin bir şekilde konuşmaktadırlar. Birbirlerine olan uzaklıkları bu konuşmanın sakinlik içinde olduğunu göstermektedir. Aksine Görsel 1'de yaşlı figürler birbirlerine oldukça yaklaşarak daha hararetli bir konu tartışmaktadır. Genç çiftin kıyafetlerinde yer alan geleneksel desen ve formlar dönemin soylu giyim tarzını ortaya koymaktadır.

Çin gölge oyunu genellikle karmaşık ve detaylı tasvirlerle dikkat çekmektedir. Tam bir gölge figürü genellikle üç parçadan oluşmaktadır, bunlar; şapka, baş ve gövdedir. Bir gövde birçok baş kullanılabilir fakat bunu yapmak için uygun gövde ve baş kullanılmalıdır (Qi, 2024). Çin'de ilk gölge oyunları camın bulunmadığı dönemlerde pencerelere gerilen ağır kağıtlara yansıyan ışığın yansımasıyla düşen gölgelerin gölge oyununa dönüşmesiyle bulunduğu düşünülmektedir (Aşçı, 2025). İlk dönemlerde kullanılan malzeme daha çok ağır kağıtlar olmuştur. Daha sonra ince ve renkli boyanmış parşömenlerden oluşmuştur. Ahşap parşömenden sonra ise koyun ve keçi derisinden imal edilmiş parşömenler kullanılmıştır (Yıldırım, 2025).



Görsel 1. Çin gölge oyunu figürleri (URL 1)



Görsel 2. Çin gölge oyunu çift figürleri (URL 1)

Japon gölge oyunu Çin kadar çeşitlilik göstermese de yine geleneksel tarihi yansıtan bir kültürel mirastır. Karakterler Çin ile benzerlik göstermektedir ki bu da Japon gölge sanatının Çin'den etkilendiğini ortaya koymaktadır (Görsel 3). Karakterler son derece çeşitlidir, konular yine Japon geleneksel hikayeleri barındırmaktadır. Soylular ve halk ile yapılan alışveriş ya da toplumsal sorunlar gölge oyunlarındaki konuları oluşturmaktadır. Yaratık ve canavarlar da konularda soyut ve fantastik öğeleri hikayeleştirmektedir, bu hikayeler daha çok efsanelerin anlatıldığı kısımlarda yer almaktadır. Ayrıca figürlerdeki maskeler de Japon maske sanatını yansıtmaktadır. İlk başta Çin gölge sanatı gibi kağıtlardan sonra ince deriden yapılan parşömenler kullanılmıştır.



Görsel 3. Japon gölge oyunu figürleri (URL 5)

Hindistan gölge oyunlarının genelinde destanlar konu edinmektedir. En önemli destanları olan Mahabbarata, Ganesha ve Ramayana gibi oyunlar sergilenmektedir. Figürlerin boyları genellikle 60 cm civarındadır ve asıl hammaddesi keçi derisinden yapılmıştır. Eklemsiz oldukça katı duruşları sadece figürü oynatmak suretiyle konuşturulmaktadır. Bir bambu çubuğunun ikiye ayrılması ve deriden figürün yarığa sıkıştırılması suretiyle oynatılmaya uygun hale getirilmektedir. Orissa bölgesinde gölge oyununa Ravana Chaya adı verilmektedir. Karnataka bölgesinin gölge oyununa Kavai Kuthu denilmektedir. Ayrıca bu bölgede oynatılan figürler siyah-beyaz tasarımlanmıştır. Bahar ve yaz mevsimlerinde kötü ruhları uzaklaştırmak için ritüel maksadıyla oynatıldığı bilinmektedir. Hint gölge oyunlarının figürleri ilk dönemlerde geyik derisinden yapılmış olsa da günümüzdeki figürler keçi derisinden yapılmaktadır (Yıldırım, 2025). Hint gölge oyununun figürleri çok renkli yapılmaktadır. Destanlarda var olan tanrı ve tanrıçaların bazılarının ten renkleri olağandışı yapılmıştır. Fil başlı insan vücutlu tanrı Ganesha pembe olarak, Ramayana figürü de mavi olarak tasvir edilmektedir.



Görsel 4. Hint gölge oyunu figürleri (URL 4)

Endonezya gölge oyununa dair ilk kanıtlar bakır levhalara işlenmiş saray kayıtlarında rastlanmaktadır. Bu kantlardan biri 840 yılına dayanmakta, levhada performans sanatı, müzisyenlik, soytarılık ve Wayang oynatıcılığı gibi

farklı işler yapan altı saray görevlisinden bahsedilmektedir. Tarihi 907 yılına dayanan diğer kaynakta ise sarayda yapılan dansları, efsane anlatılarını ve Wayang Kulit olduğu varsayılan "Mawayang" adlı oyunu tasvir etmektedir. Bazı araştırmacıların kayıtlarına göre Java gölge oyunu yerli animistik dini atalar tapınmasının bir sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir. Aynı kayıtlarda Javalıların tarih öncesi zamanlardaki kabile liderlerini deriler üzerine işleyerek, bu şekilde kabilenin mitolojik köken hikayelerini canlandırmışlardır. Bir diğer kaynakta ise Hint gölge oyununun etkisi ile Java yerlilerine ait tapınma ritüelinin zaman içinde Wayang Kulit'e dönüşmesidir. Hint gölge oyunundaki soytarı karakteri ile Wayang Kulit'teki Semar karakteri arasındaki benzerlikler ve Wayang Kulit karakterlerinin çok büyük bir kısmının Hint destanlarından gelmesi Wayang Kulit'in kökeninin Hint gölge oyunu olduğunu göstermektedir (Yıldırım, 2025). Fakat bu anlayış terminolojik olarak bütün kavramların antik Java dilinde olması bu inanışı değiştirmektedir. Karakterler genellikle destanlar ve mitlerden oluştuğu için figürler normal ten rengi yerine siyah ya da yeşil gibi olağandışı şekillerde yapılmıştır (Görsel 5 ve 6). Ramayana ya da Mahabbarata gibi destanların sahnelendiği bu oyunlarda süslü ve ihtişamlı figürler ile hikaye anlatılmaktadır.



Görsel 5. Java Wayang Kulit figürü (URL 3)



Görsel 6. Bali Wayang Kulit figürü (URL 3)

Karagöz oyunlarında tasvirler genellikle halktan alınan tiplerden oluşmaktadır. Renkli kıyafetleriyle Karagöz ve Hacivat figürleri konunun cezbedici olmasını sağlamaktadır (Görsel 7). Anlatılan hikayelerin günlük hayattan alınması izleyicinin hikayeye katılmasını sağlamakta, bu da oyunun ilgi çekici olmasına

katkı sunmaktadır. İslam öncesi ve sonrası dönemde oyunlarda farklılıklar olmaktadır. İslam öncesi oyunlarda kişi ve figürler çok çeşitliyken sonrasında tasvir yasağı ile birlikte az da olsa oynanan oyunlarda çok az karakter görülmektedir.

Türkiye'deki gölge oyunu tiyatro sanatı özellikle Çin'de olduğu gibi diğer ülkelerde de insan eylemlerini taklit etmeye yönelik bir sanattır. Aynı zamanda toplumun dini, ahlaki ve eğitimsel gerekliliklerinden kaynaklandığına inanılmaktadır. İki boyutlu figürlerin gölgesinin iki boyutlu bir perdeye yansıtılması prensibine dayanan gölge oyunu, Türkiye'de olduğu kadar Osmanlı'da imparatorluğun genelinde de önemli bir olgudur (And, 2019). Gölge oyunları çok çeşitlilik göstermektedir; bez bebeklerin kullanıldığı kukla tiyatrosu, orta oyunu, meddahlık ve Karagöz örnek gösterilmektedir. Fakat bunların içinde en çok kullanılan ve en çok beğenilen Karagöz gölge oyunudur. Geçmişten günümüze kadar varlığını sürdüren Karagöz, hayat içinde işlenen tüm konulara, tüm olaylara ve amaçlara uyarlanabilirliği açısından esnek yapıdadır. Ayrıca küçükten büyüğe herkesin ilgisini çekebilmektedir. Teknolojinin etkisiyle form değiştirmiş olsa da hala varlığını sürdürmektedir (Uzun, 2025).

Gölge oyunu oynatan diğer ülkelere göre Karagöz'de figürleri konuşturan tek bir kişi bulunmaktadır. Bu durum kukla oynatanın teknik ve sözlü anlatım becerilerini göstermekle beraber onun çok yönlü bir ustalık sergilemesini gerektirmektedir. Karagöz oyununun beceriye ve zanaata dayalı ustalık gerektiren bir olgu olması onu geleneksel sanatlarımız içinde önemli bir yere koymaktadır. Yalnızca eğlence aracı olmanın ötesinde sözlü geleneğin, toplumun mizah anlayışının ve toplumsal eleştirinin kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlayan kültürel miraslardan birini oluşturmaktadır (Seçer, 2026).

Türkiye'deki Karagöz oyununun tamamını kopyalayan Yunan gölge sanatı, karakterleri biraz olsun değiştirmiş olmasına rağmen kendilerine özgü bir isim dahi bulamamıştır. Yunan gölge oyununun ismi Karagiozis olarak sunulmuştur. Ayrıca Hacivat karakteri de Hadjiavatis olarak isimlendirilmiştir (Görsel 8). Bazı kaynaklarda Karagöz gölge oyununun Yunan'dan geldiği bile düşünülmektedir. Fakat isimlerin dahi Türklerden alındığı görüldüğünde bunun imkansız olduğu söylenebilir (URL 7).



Görsel 7. Karagöz ve Hacivat figürleri



Görsel 8. Yunan gölge oyunu figürleri

SONUÇ

Dünyada gölge oyunu, çok çeşitli kültürel dokular ve nitelikleriyle oynanmaktadır. Çin'de ortaya çıktığı düşünülen gölge oyunu, toplumların tarihi, sosyolojik yapısı, ekonomik durumu ya da siyasi altyapısını yansıtarak geleceğe ışık tutmaktadır. Sanatsal ifade aracı olarak gölge oyunu geçmişin izlerini geleceğe taşımaktadır. Çin'de yer alan gölge oyunu gerek karakterler gerek hikayelerin çeşitliliğiyle diğer ülkelere kaynak teşkil etmektedir. Çin sanatı geleneğini figürlerin kıyafetlerinde ve hikayelerin özgünlüğünde görmek mümkündür. Japon gölge oyunu Çin'in etkisi altında kalmış fakat hikaye ve karakterler bakımından farklılıkları vardır. Endonezya'da yer alan gölge oyunu olan Wayang Kulit, figürlerin olağandışı uzuvlarıyla dikkat çekmektedir. Burunlar, gövde ve kol – bacaklar normal bir insandan daha uzun yapılmıştır. Bu da figürlerin konuyu vermekte bir araç olduğu, önemli olanın hikayenin öğreticiliği ve destanı yansıtması bakımından ele alındığını göstermektedir. Endonezya'da konular daha çok Hint mitolojik hikayelerden esinlenildiği söylense de aslında konular antik java dilinde yapılmaktadır. Hindistan gölge oyunu da Endonezya gölge oyunu hikayelerinin karakterlerinden oluşmaktadır.

Türk gölge oyunu Karagöz, köklü geleneğiyle kültürel miraslarımızdan birini oluşturmaktadır. UNESCO tarafından Çin'den önce 2011 yılında somut olmayan kültürel miras olarak listelenmiştir. Karagöz gölge oyunları, Karagöz ve Hacivat adlı karakterleri baz alarak toplumun kültürel yapısını, ekonomik

durumunu ve siyasi geri planını aktarmaktadır. Renkli kıyafetleri ve figürlerin kendileri orijinali deve derisinden yapılmış ince ve saydam bir yapıdan oluşmaktadır. Türk toplumunda yer alan satıcı, dilenci, külhanbeyi, Ferhat, Şirin gibi ya da Laz, Arnavut, Yahudi gibi karakterler görülmektedir. Her biri sadelik içinde Türk toplumunda yer aldığı şekilde tasarımlanmıştır. Sahneler genellikle sağ ya da sol tarafta bulunan cumbalı bir ev ve sokak görüntüsü verilen bulut, güneş ya da yerde çiçek şeklinde resmedilmiştir. Türk Karagöz gölge oyunundan tamamen esinlenen ve diğer kültürel ve yöresel ürünlerimiz gibi adını değiştirerek kendilerine mal eden Yunan gölge oyunu da adından da öğrenildiği üzerine Türk gölge oyununu kendilerine uyarlamışlardır. Karagöz gölge oyunumuz Yunan gölge oyununda adı Karagiozis olarak dönüşmüştür. Ayrıca Hacivat karakteri de yine aynı şekilde Hadjiavatis şeklindedir.

Tüm toplumlar zamanla kendi sanat ve kültürlerini geliştirmektedir ve bu açıdan diğer toplumlarla etkileşim halindedir. Ticarette daha zengin, güçlü sanat ve kültüre sahip toplumlar diğerleriyle olan alışverişler neticesinde bir diğer toplumu etkilemiş ve üzerinde hakimiyet kurmuştur. Eğer bir toplum sanat ve kültürünü geliştirmezse, sanat ve kültürünü şekillendiren dilini korumazsa varlığını başka toplumlara emanet etmektedir. Araştırma kültürel mirasımızı geleceğe taşımak bakımından önem arz etmektedir. Bu konuda yapılacak çalışma ve araştırmalar yeni neslin Karagöz gibi geleneksel sanatımızı öğrenebilmesi için açısından önemlidir. Kültürel mirasımız ve geleneksel sanatlarımızın öğretilmesi için bu konuda yapılacak çalışmaların arttırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Alkan, A. (2025). *Geleneksel Türk Tiyatrosu Örneklerimizden Karagöz Oyunlarında Müziğin İncelenmesi ve Oyuna Katkıları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Nişantaşı Üniversitesi.

And, M. (2019). *Karagöz – Turkish Shadow Theatre*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Aşçı, H. (2025). *Karagöz ve Hacivat Gölge Oyununun Okul Öncesi Döneme Uygun Görsel ve İçerik Açısından Yeniden Yapılandırılması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.

Qi, Y. (2024). *Türk ve Çin Gölge Oyunlarının Karşılaştırılmalı Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Ege Üniversitesi.

Oral, Ü. (2009). *Turkish Shadow Play Karagöz*. Ankara: Ministry of Culture and Tourism Publications.

Seçer, S. (2026). *2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılında Ortaokullarda Kullanılan Türkçe Ders Kitaplarında Yer Alan Halk Edebiyatı Ürünlerindeki Kült*ürel Mirasın Eğitime Yansımaları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.

Uzun, M. (2025). *Kuvvet-Enerji Ünitesinde Geleneksel Gölge Oyunu (Karagöz-Hacivat) Kullanımının Öğrencinin Akademik Başarısına ve Yaratıcı Düşünme Becerisine Olan Etkisinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Tokat: Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi.

Yıldırım, F. (2025). *Karagöz ile Wayang Kulit'teki Doğaüstü Varlık ve Figürler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yozgat: Yozgat Bozok Üniversitesi.

İNTERNET KAYNAKLARI

URL 1: Rollins, A. K. (2013). *Origins* www.chineseshadowpuppetry.com/copy-of-history (Erişim Tarihi: 09.09.2026).

URL 2: *Education Tuesday: Shadow Puppets* (2020). https://maxwellmuseum.unm.edu/sites/default/files/public/History%20of%20Shadow%20puppetry.pdf (Erişim Tarihi: 09.09.2026).

URL 3: *Wayang kulit* https://en.wikipedia.org/wiki/Wayang_kulit?ysclid=mtvkbhqpre37286858 (Erişim Tarihi: 08.09.2026).

URL 4: *Shadow puppet from India* https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Shadow_puppets_from_India (Erişim Tarihi: 01.09.2026).,

URL 5: Shannon (2026). *Shadow puppetry* https://www.globalshananigans.com/post/shadow-puppetry (Erişim Tarihi: 02.09.2026).

URL 6: *Hacivat – Karagöz: The shadow puppet theatre* https://9lib.net/document/wyep3v1z-hacivat-karagöz-the-shadow-puppet-theatre.html (Erişim Tarihi: 05.09.2026).

URL 7: *Karagiozis* https://en.wikipedia.org/wiki/Karagiozis?ysclid=mtvqzjs82213311624 (Erişim Tarihi: 5.09.2026).

4. BÖLÜM

ÜÇ ÜNİVERSİTE LOGOSUNUN GRAFİK TASARIM İLKELERİ BAĞLAMINDA ANALİZİ "İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ, İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ, ANKARA ÜNİVERSİTESİ"

Dr. Öğr. Üyesi Emel UZUNER
Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi,
Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü,
euzuner@bandirma.edu.tr
https://orcid.org/.0000-0001-8850-7663

GİRİŞ

Günümüzde yükseköğretim kurumları yalnızca eğitim ve araştırma faaliyetleriyle değil kurumsal kimlikleri, marka değerleri ve hedef kitleleri nezdinde oluşturdukları imaj ile de rekabet etmektedir. Üniversitelerin tanınırlık kazanması, güvenilir ve saygın bir kurum algısı oluşturması, kurumsal değerlerini etkili biçimde aktarabilmesi; görsel ve sözel iletişim unsurlarının doğru ve etkili kullanılmasına bağlıdır. Bu kapsamda logo ve sloganlar, kurumsal kimliğin en görünür ve en etkili bileşenleri arasında yer almaktadır.

Logo; bir kurumun görsel kimliğini temsil eden, kurumun ayırt edilmesini sağlayan temel tasarım ögesidir. "Logo; kurumların görsel unsurlarını özgün yazı karakterleri ile gösteren, kurumları temsil eden ve onun özelliklerini yansıtacak anlamların yüklendiği sembol ya da biçimlerdir." *(Erzincan, Yıldız, Parlak, Türkmen, Evren, B., Uysal, Arslan&Mercin, (2022, s.172)*. Renk, tipografi ve sembol gibi bileşenlerden oluşan logolar; kurumun tarihini, misyonunu ve değerlerini yansıtır. Üniversitelerin kurumsal kimliğinin önemli bir taşıyıcısı olan logolar, kurumların vizyonunu, değerlerini ve imajını görsel unsurlar aracılığıyla yansıtarak hedef kitleyle iletişime geçtiğinden farklı üniversitelerin

logo tasarımlarında kullanılan motifler, renkler, yazı tipleri ve kompozisyon unsurları arasındaki benzerlikler ve farklılıklar; dikkat çekici bir analiz konusu hâline gelmiştir. Çalışmanın temel amacı, söz konusu logoların tasarımında tercih edilen temel unsurların açıklanması ve bu unsurların kurumsal imajı nasıl şekillendirdiğinin değerlendirilmesidir. Ayrıca, her bir logoda ön plana çıkan sembolik unsurların ve görsel dilin anlamını detaylandırmak, tasarım kararlarının kurumsal iletişim stratejileriyle olan ilişkisini incelemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, incelenen üniversite logolarının ortak yönleri ve kendilerine özgü tasarım özellikleri ortaya konarak logolar hem tasarım açısından analiz edilmiş hem de kurumsal kimlik geliştirmede ortaya çıkan eğilimler ve farklılıklar irdelenmiştir. Araştırmada görsel iletişim alanında çalışanlar ve kurum yöneticileri için üniversite logolarının tasarım dinamiklerini anlamaya yönelik değerli bilgiler sunulmuştur.

Slogan; kurumun temel mesajını kısa, öz ve akılda kalıcı biçimde ifade eden sözel iletişim aracıdır. "Sloganlar kamuoyunun eğilimini ifade etmede ya da kamuoyu oluşturmada yararlanılan belli bir görüşü, tutumu yansıtan tümceler; anlamlı ve kısa çarpıcı sözlerdir." *(Mengü, 2006, s.120)*. "Sloganlar; belli toplumsal, siyasal ilkeleri ve çözümleri içeren kısa, çarpıcı, kolay anımsanan sözcükler ya da tümcelerden oluşur. Kamuoyuna daha çabuk ulaşan bu tümceler, mesajın kolayca anlaşılabilmesini ve dikkat çekebilmesini sağlar. Dolayısıyla siyasi ve ticari reklamcılığın temel kaynaklarını oluşturur." *(Bektaş, 2000, s. 107)*. Logo ve sloganın birlikte kullanımı, kurumların hedef kitleleriyle güçlü iletişim kurmasına, kurumsal kimliklerini pekiştirmesine ve marka algısını güçlendirmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca logo ve sloganların kurumun faaliyetleriyle uyumlu, özgün, estetik ve akılda kalıcı biçimde tasarlanmış olması; kurumsal iletişim açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu araştırmada üniversitelerin kurumsal kimlik unsurları; görsel tasarım, sözel iletişim, kurumsal kimlik uyumu, özgünlük ve akılda kalıcılık ölçütleri doğrultusunda değerlendirilmiş ve mevcut durumun ortaya konulması hedeflenmiştir. "Kurumsal kimlik, bir firmanın görsel ve fiziksel olarak kendini ifade etmesi ve ayırt edici özelliklerini öne çıkartması olarak tanımlanmaktadır." *(Erzincan, Yıldız, Parlak, Türkmen, Evren, B., Uysal, Arslan&Mercin, (2022, s.171)*. Böylece üniversitelerin kurumsal kimlik oluşturma süreçlerinde logo ve sloganların rolü ortaya konulmuş, grafik tasarım ilkeleri açısından güçlü ve geliştirilmesi gereken yönler değerlendirilmiştir. İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi logoları; kurumsal değerler ve tarihsel arka plan doğrultusunda renk, sembol ve tipografi gibi grafik tasarım unsurları açısından incelenmiş; görsel iletişim, kurumsal kimlik ve logo tasa-

rımlarının dönemsel gelişimi ele alınmıştır. Çalışmada ayrıca logoların sembolik ve işlevsel özellikleri ile üniversitelerin vizyon ve misyonlarını yansıtma biçimleri değerlendirilmektedir.

CUMHURİYET DÖNEMİNDE ÜNİVERSİTE REFORMLARI

Cumhuriyet döneminde üniversiteler önemli reform süreçlerinden geçmiştir. En önemli reformlar 1933, 1946 ve 1981 yıllarında gerçekleştirilmiştir. 1933 Üniversite Reformu ile Darülfünun kapatılmış, yerine İstanbul Üniversitesi kurulmuş, böylece modern üniversite anlayışına geçilmiştir. Bu reformla birlikte akademik yapı yeniden düzenlenmiş, "rektör, dekan, fakülte" gibi kavramlar yerleşmiş ve üniversiteler çağdaş bir yapıya kavuşturulmaya çalışılmıştır. Ancak bu dönemde üniversiteler daha çok merkezi yönetim altında faaliyet göstermiş ve bu yapıların özerklikleri oldukça sınırlı kalmıştır. Bu dönemde ayrıca akademik kadrolar yenilenmiş ve çağdaşlaştırılmaya çalışılmıştır. Ancak bu süreçte üniversitelerin özerkliği sınırlı kalmış, daha çok merkezi bir yapı hâkim olmuştur.

Cumhuriyet dönemindeki üniversite reformu; yükseköğretimin çağdaşlaştırılması, bilimsel araştırmanın geliştirilmesi ve ülkenin ihtiyaç duyduğu insan gücünün yetiştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. "1846 yılında yükseköğretime yönelik bir kurumun açılması öngörülmüştür. Darülfünun adı verilen bu kurumda eğitim 1863'te başlamış 1933 yılına kadar çeşitli aşamalardan geçerek sürmüştür." *(Namal& Karakök, 2011:27).*

"Yükseköğretimin yaygınlaştırılması kapsamında 1944 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi kurulmuş, Ankara Üniversitesi ise farklı fakültelerin bir araya getirilmesiyle 1946 yılında oluşturulmuştur. Genel olarak Türkiye'de üniversitelerin gelişimi; 1933, 1946 ve 1981 reformlarıyla şekillenmiş, merkeziyetçi yapıdan özerkliğe, oradan da yeniden kurumsal düzenlemelere doğru bir ilerleme göstermiştir." *(Baskan, 2001, s.24).* Bu süreçte üniversiteler hem bilimsel üretim hem de toplumsal kalkınmanın önemli bir parçası olmuştur. Üniversite sayısının artması ve kalkınma planlarının devreye girmesiyle yükseköğretim sistemi ülke genelinde yaygınlaşmış ve günümüzdeki modern yapısına ulaşmıştır.

1923-1950 YILLARI ARASI

Türkiye'de yükseköğretim sisteminin gelişimini anlayabilmek için tarihsel süreçte uygulanan politikaların ve yapılan reformların neden–sonuç ilişkisi içinde incelenmesi gerekmektedir. Politika, "belirli bir amaca ulaşmak için izlenen yol" olarak tanımlanır ve bu süreçlerin analizi hem geçmişi anlamayı hem de geleceğe yönelik öngörüler geliştirmeyi sağlar. 1933–1946 yılları arasında yükseköğretim sistemi büyük ölçüde merkezi bir yönetim anlayışıyla yürütülmüştür. "1933 Üniversite Reformu, Batılı üniversitelerdeki yönetim ve eğitim-öğretim yöntemini ülkemize getirme hedefini gütmüş; atamayı esas alan, Bakana bağlı hiyerarşik bir yönetim biçimi oluşturmuştur. 1946 reformuyla ise üniversitelerimizde kendi kendine yönetim anlayışı egemen olmuştur." *(Arslan, 2005, s.42)*. "Üniversiteler Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı faaliyet göstermiş, rektör ve dekan atamaları da merkezi idare tarafından yapılmıştır. Bu dönemde Ankara ve İstanbul başta olmak üzere çeşitli fakülte ve yüksekokullar açılmıştır. Ankara'da Hukuk Mektebi, Gazi Eğitim Enstitüsü, Ziraat Enstitüsü, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Fen Fakültesi ve Tıp Fakültesi gibi kurumlar kurulmuştur. Bu yapılar daha sonra Ankara Üniversitesi'nin temelini oluşturmuştur." *(Baskan, 2001, s.26)*. "İstanbul'daki Yüksek Mühendis Mektebi yeniden yapılandırılarak İstanbul Teknik Üniversitesi adıyla faaliyet göstermeye başlamıştır." *(Alişoğlu, 2020, 1433)*. Bu reform ile İstanbul Darülfünunu kaldırılarak yerine İstanbul Üniversitesi kurulmuş, akademik yapı ve eğitim-araştırma işlevleri yeniden düzenlenmiştir. "1946 reformuyla bilimsel faaliyetlerin güçlendirilmesi ve Batılı üniversite modelinin benimsenmesi hedeflenirken üniversitenin özerkliği sınırlandırılmıştır." *(Korkut, 1981, s.8)*.

> "4936 sayılı Üniversiteler Kanunu (1946) ile üniversitelere tüzel kişilik ve özerklik tanınmış, araştırma faaliyetleri desteklenmiş ve üniversitelerarası kurul oluşturularak kurumlar arasındaki iş birliği güçlendirilmiştir." *(Korkut, 2003)*.

Bu reformlar, Türkiye'de modern, bilimsel ve araştırma odaklı üniversite sisteminin gelişiminde önemli dönüm noktaları olmuştur.

1960–1973 YILLARI ARASI

1960–1973 yılları arasında Türkiye'de yükseköğretim sistemi, planlı kalkınma anlayışı, üniversite özerkliği ve araştırma faaliyetlerinin geliştirilmesi ekseninde yeniden şekillenmiştir. 1961 Anayasası ile üniversitelere idari ve bilimsel özerklik tanınmış, üniversitelerin anayasal güvence altında kurumsal

bir yapıya kavuşması sağlanmıştır. "Bu anayasanın üniversitelerin kendi seçtiği organlar tarafından yönetileceği, öğretim üye ve yardımcılarının üniversite dışındaki makamlarca görevlerinden uzaklaştırılamayacağına ilişkin hükümler içeren 120.maddesi; o güne kadar yapılanlardan daha geniş ve kapsamlı yapısal ve yönetsel değişikliklerin ifadesi olarak yorumlanabilir." *(İnan, 1988, s.27)*.

1960'ların sonlarında dünyada ve Türkiye'de yaşanan toplumsal ve siyasal gelişmeler, üniversitelerin yapısı ve özerkliği üzerindeki tartışmaları yoğunlaştırmıştır. 1971 sonrasında yapılan anayasal değişikliklerle üniversite özerkliği kısmen sınırlandırılmış; özel yükseköğretim girişimleri de hukuki düzenlemelerle sınırlandırılmıştır. Bunun yanında Ankara Üniversitesi bünyesinde 1965 yılında Eğitim Fakültesinin kurulması, eğitim bilimlerinin üniversite düzeyinde bağımsız bir akademik alan olarak kurumsallaşmasına katkı sağlamıştır. "Üniversiteler; öğrenen, araştıran, buldukları bilimsel gerçekleri topluma açıklayan, toplumu yönlendiren kurumlardır. Daha kısa ve öz bir ifadeyle üniversiteler, toplumun beyni olmalıdır. Üniversitelerin bu görevlerini yapabilmelerinin ön koşulu ise "özerkliktir." *(Omay, 1990, s.21)*.

> Genel olarak 1960–1973 dönemi; Türkiye'de yükseköğretimin niceliksel olarak genişlediği, üniversitelerin anayasal statüsünün güçlendirildiği, araştırma ve nitelikli insan gücü yetiştirme işlevlerinin öne çıktığı; ancak 1971 sonrasında "özerklik alanının yeniden düzenlendiği bir dönüşüm dönemi" olarak değerlendirilebilir. Bu dönemde artan yükseköğretim talebine bağlı olarak üniversite ve fakülte sayıları artırılmış; Hacettepe Üniversitesi (1967) ve Boğaziçi Üniversitesi (1971) gibi yeni yükseköğretim kurumları kurulmuştur." *(Önder, 2016, s. 255)*.

ARAŞTIRMA MODELİ

Bu çalışma, tarihsel ve betimsel analiz yöntemlerini bir araya getiren nitel bir çalışma modeline dayanmaktadır. Araştırmada Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinin logo ve sloganları doküman incelemesi yöntemiyle ele alınmış, içerik analizi tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında üniversitelerin kurumsal kimlik unsurları; görsel tasarım, sözel iletişim, kurumsal kimlik uyumu ile özgünlük ve akılda kalıcılık kriterleri doğrultusunda incelenmiştir. Araştırma, mevcut durumu ortaya koymayı amaçlayan tarama modeli kapsamında yürütülmüştür.

VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları arasında literatür taraması, doküman inceleme yöntemi ve dijital arşivlerden elde edilen görsel veriler yer almaktadır. Veriler, ilgili üniversitelerin resmî web siteleri ile kurumsal kimlik kılavuzlarından elde edilmiştir. Üniversitelere ait logo ve sloganlar, elektronik ortamda toplanarak araştırmanın veri seti oluşturulmuştur. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş; logolar kuruluş tarihi, renk kullanımı, görsel tasarım özellikleri, slogan, kurumsal kimlik uyumu ile grafik tasarımın öge ve ilkeleri olmak üzere altı temel ölçüt çerçevesinde analiz edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Günay tarafından 2011 yılında yayınlanan "1933'ten Günümüze Türk Yükseköğretiminde Niceliksel Gelişmeler" başlıklı çalışmada; üniversitelerin kuruluş süreçleri, yıllara göre üniversite sayıları ile bunların illere göre dağılımları ele alınmış, öğrenci, öğretim elemanı ve öğretim üyesi sayıları, öğretim elemanı başına düşen öğrenci oranları ile yükseköğretimdeki okullaşma oranlarının yıllar içerisindeki değişimi değerlendirilmiştir. Ankara, İstanbul ve İzmir'deki yükseköğretim göstergeleri incelenmiş, yükseköğretim öğrencilerinin kurum, program ve eğitim türlerine göre dağılımları ile akademik personelin görev ünvanlarına göre dağılımları analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, Türk yükseköğretim sisteminin hem kurumsal hem de niceliksel açıdan önemli bir büyüme gösterdiğini ortaya koymaktadır." *(Günay&Günay, 2011)*.

Türkiye'de kurumların (özellikle üniversitelerin) stratejik planlama ve kurumsal yönetim süreçlerinde kurumsal değerler, vizyon ve misyon kavramlarını ne ölçüde kullandıklarını ortaya koymaktır. Türkiye'de markalaşma ve kurumsal kimlik çalışmaları özellikle 1990'lardan sonra hız kazanmış ve kurumlar yalnızca ürün/hizmet değil aynı zamanda algı ve imaj yönetimi üzerinden de rekabet etmeye başlamıştır.

Yusuf Keş ve Sedat Kurt tarafından 2015 yılında yayınlanan *"Küresel Düzeyde Kültürel Bir Tanıtım ve Marka Aracı Olarak Turizm Logoları"* başlıklı çalışma, turizm logolarının ülkelerin kültürel kimliğini temsil eden önemli bir marka iletişim aracı olduğunu incelemektedir. Çalışmada, ülkelerin uluslararası düzeyde tanınırlığını artırmak için logo tasarımının stratejik bir unsur olduğu vurgulanmaktadır.

Levent Mercin'e ait 2010 yılında yayınlanan *"Kış Olimpiyat Oyunları Logolarının Analizi"* başlıklı çalışma ise Kış Olimpiyat Oyunları logolarını grafik

tasarım ve görsel iletişim açısından incelemektedir. Logo kavramı, kurum veya organizasyonları temsil eden ve onları diğerlerinden ayırt eden evrensel bir görsel iletişim aracı olarak ele alınmıştır.

Topal ve Katırancı'nın 2023 yılında yayınlanan "İstanbul Üniversitesi Logosunda Türk Kültürünün İzleri: Süheyl Ünver'in Tasarımı Üzerine Bağımsız Bir Değerlendirme" başlıklı çalışma, Süheyl Ünver tarafından tasarlanan İstanbul Üniversitesi logosunu Türk sanat ve kültürü açısından incelemiştir. Çalışmaya göre, Türk kültüründe yaşamın ve varoluşun bir simgesi olan "Hayat Ağacı" logonun merkezindeki tasarımla ilişkilendirilmiş; ağacı çevreleyen ejderha motifleri ise gücü ve savunmayı temsil etmiştir. Ayrıca, logoda kullanılan sarı, yeşil ve beyaz renkler de Türk kültürü bağlamında analiz edilmiştir. Çalışma, İstanbul Üniversitesi ambleminin bir kurumsal kimlik göstergesi olmasının yanı sıra Türk kültürü ve sanatının simgesel yönlerini de yansıttığı sonucuna varmaktadır. Logo tasarımının Süheyl Ünver'in kültürel birikiminden ve Türk kültürüne duyduğu ilgiden büyük ölçüde etkilendiği vurgulanmıştır.

Demirkale Kukuoğlu tarafından 2024 tarihinde yayınlanan *"Logo Tasarımında Güncel Eğilimler ve Stratejiler"* adlı çalışma, güncel logo tasarım eğilimlerini ve bu eğilimlerin marka kimliği üzerindeki etkilerini incelemektedir. Logo, markaların tüketicilerle kurduğu görsel iletişimin temel unsurlarından biri olarak ele alınmış ve dijital çağda değişen tüketici beklentileri doğrultusunda sürekli gelişen bir tasarım alanı olduğu vurgulanmıştır.

Sonuç olarak literatür; logo ve sloganın kurumsal kimlik oluşturma sürecinde birbirini tamamlayan iki temel unsur olduğunu ve üniversitelerin kurumsal imajı üzerinde doğrudan etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

ARAŞTIRMA ETİĞİ

Araştırmada yalnızca üniversitelerin resmî web siteleri ve kamuya açık kurumsal kimlik materyallerinde yer alan logo ve sloganlar kullanılmıştır. Çalışmada bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuş, kullanılan tüm kaynaklar uygun biçimde belirtilmiştir.

BULGULAR

Türkiye'de üniversitelerin gelişimi, Osmanlı döneminden Cumhuriyet'e kadar uzanan süreçte gerçekleştirilen eğitim reformları doğrultusunda şekillenmiştir. Tanzimat Dönemi ile birlikte Batı tarzı eğitim kurumlarının kurulması hız

kazanmıştır. 1846 yılında kurulan Darülfünun, 1863 yılında öğretim faaliyetlerine başlamış ve Cumhuriyet dönemine kadar varlığını sürdürmüştür. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte toplumsal pek çok alanda yapılan değişim ve yenilikler yükseköğretim alanında da kendisini göstermiştir. Ülkemizdeki yükseköğretim kurumlarının kurumsal kimlik anlayışı, 1933 Üniversite Reformu ile önemli bir dönüşüm geçirmiştir. İstanbul Darülfününu kaldırılarak modern üniversite anlayışını benimseyen İstanbul Üniversitesi kurulmuş; eğitim, araştırma ve akademik yapılanma çağdaşlaşarak yeniden düzenlenmiştir. "Reform sürecinde Batılı üniversite modeli örnek alınmış, yabancı bilim insanlarının katkılarıyla bilimsel çalışmalar güçlendirilmiş ve çağdaş akademik ünvanlar kullanılmaya başlanmıştır." *(Korkut, 1984, s. 10)*. "1933 Üniversite Reformu ve 1946 Üniversiteler Kanunu, sonraki dönemlerde gerçekleştirilen yükseköğretim düzenlemeleri için önemli bir başlangıç noktası olmuştur." *(Günay&Günay, 2011, s.2)*.

> "Atatürk, yeni kurulan Cumhuriyette kültürel reformların bilhassa ilim ve fennin ışığında yapılmasını istemiştir. Bunun bir sebebi, kültür ve medeniyeti aynı anlamda bulmasıyla ilgilidir. O'nun hayalindeki Cumhuriyet insanları, sadece zamanı yaşayan değil, tüm insanlığı kucaklayan bilim ve fennin dinamiklerini keşfetmiş kişiler olacaklardır." *(Dönmez&Namlı Altıntaş, 2014, s.84)*. Üniversiteler, sosyal, siyasi ve ekonomik yaşamı çeşitli şekillerde değiştirme kapasitesine sahip olan eğitimi insanlara sunarak toplumda önemli bir rol oynamıştır." *(Yazar& Averbek, 2018, s.1945)*.
>
> "1981 yılında kabul edilen "2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu" ile Yükseköğretim Kurulu (YÖK) kurulmuş ve yükseköğretim sistemi yeniden merkezî bir yapıya kavuşturulmuştur." *(İflazoğlu-Saban&Saban, 2016, s.49)*.

Bir kurumun hedef kitlesi tarafından nasıl algılandığını ifade eden görsel, dilsel ve davranışsal unsurların bütününe, "kurumsal kimlik" olarak adlandırılır. Grafik tasarımda kurum kimliği; kurumlar için özgün bir görsel sistem oluşturmaya yardımcı olan logo, renk, tipografi ve slogan gibi unsurlar kullanılarak meydana getirilmektedir.

Bir kurumun görsel kimliğini temsil eden temel unsurlardan biri, logo tasarımıdır. Logo; renk, tipografi ve semboller gibi öğeler aracılığıyla kurumun değerlerini ve misyonunu görsel olarak yansıtırken, aynı zamanda uzun vadeli bir marka algısı oluşturulmasına da katkıda bulunmaktadır.

Bir markanın görsel hafızasını oluşturan temel unsurun logo olduğu kabul

edilir. Buna karşılık slogan, kurumun temel mesajını başarılı, güçlü ve akılda kalıcı bir biçimde ileten dilsel bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Sloganlar marka kimliğini güçlendirirken ve hedef kitleyle etkili bir iletişim kurulmasını ana hedefidir.

Sloganlar bilim, inovasyon, evrensellik ve toplumsal katkı gibi kavramları öne çıkarırken; üniversite logolarının genellikle tarih, kültür ve eğitimle ilişkilendirilen sembolleri barındırdığı gözlemlenmiştir. Bu durum, yükseköğretim kurumlarının hem stratejik markalar hem de eğitim kurumları olarak konumlandırıldığını göstermektedir. Bir kurum hakkındaki algıyı şekillendiren görsel ve dilsel unsurların tamamı, kurumsal kimlik kapsamında yer alır. "Kurumsal kimlik, kurumlar için somut bir etki oluşturduğundan zamana bağlı olarak değişim gösterebilen dolayı bir süreçtir." *(Bromley, 2001, s.272)*.

VERİ ANALİZİ

Araştırmada elde edilen verilerin analiz edilme sürecinde içerik analizi yöntemi kullanılmış, logo ve sloganlar kategorilere ayrılarak bunların benzer ve farklı yönleri belirlenmiştir. Elde edilen bulgular betimsel olarak yorumlanmıştır. Böylece üniversitelerin kurumsal kimliklerini yansıtmada kullandıkları görsel ve sözel iletişim unsurlarının genel özellikleri ortaya konulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kavramsal çerçevede "kurumsal kimlik" ve "kurumsal imaj" kavramları, kurumların hedef kitleleriyle kurduğu iletişimin temel bileşenleri olarak ele alınmaktadır. Kurumsal kimlik, kurumun görsel ve sözel unsurlarını kapsarken kurumsal imaj, "bu kimliğin hedef kitle tarafından algılanma biçimini ifade eder. Tutarlı ve stratejik biçimde tasarlanan logo ve sloganlar, kurumun uzun vadeli imajını güçlendiren ve sürdürülebilir kurumsal iletişimi destekleyen temel unsurlar olarak kabul edilmektedir.

1. İmaj Oluşturmada Logo ve Sloganın Fonksiyonları

"Logolar, bir kurumun kimliğini görsel olarak temsil eden, tanınırlığını arttıran ve kurumun değerleri, vizyonu ile misyonunu hedef kitleye aktaran sembolik bir ögedir." *(Okay, 2018, s.115)*. "Slogan ise kurumun temel mesajını kısa, öz ve etkili biçimde ifade eden, kolay hatırlanabilir ve hedef kitle üzerinde etki oluşturan sözel bir iletişim aracıdır." *(Peltekoğ-*

lu, 2016, s.215). İyi tasarlanmış bir logo, güvenilirlik ve profesyonellik algısını desteklerken etkili sloganlar kurumun iletişim stratejisini yansıtarak kurumsal itibarın ve marka farkındalığının gelişmesine katkıda bulunmaktadır. "Logo ve sloganların kurumun kimliğine uygun, özgün ve stratejik bir anlayışla tasarlanması, kurumsal imajın sürdürülebilirliği ve uzun vadeli marka başarısı açısından önemli görülmektedir." *(Okay, 2018; Güngör, 2023).*

2. Üniversite Kimliğinin Temel Unsurları

Bir üniversitenin kimliği; vizyonunu, misyonunu, kültürel değerlerini ve tarihsel birikimini yansıtan görsel ve anlamsal unsurların bütününden oluşmaktadır. Bu kimliğin temel bileşenleri olan logo, renk, tipografi ve semboller, üniversitenin kurumsal duruşunu ve ayırt edici özelliklerini hedef kitleye aktaran ögelerdir. Özellikle logo, kurumu temsil eden en önemli görsel unsur olarak öne çıkarken renkler, tipografi ve semboller kurumsal mesajın güçlendirilmesine ve marka bütünlüğünün sağlanmasına katkı sunan yapılardır. Bu unsurların tutarlı ve uyumlu biçimde kullanılması, üniversitenin kurumsal kimliğinin güçlenmesini ve uzun vadeli imajının olumlu yönde şekillenmesini sağlamaktadır.

3. Grafik Tasarım Çalışmaları ve Logo İrdelenmesi

Bu başlık altında incelenen logoların her biri; kurumların tarihsel birikimini, kurumsal değerlerini ve iletişim anlayışını yansıtan görsel unsurları içermektedir. İstanbul Üniversitesi logosunda tarihsel ve kültürel semboller, Ankara Üniversitesi logosunda kurumsal ciddiyet ve güçlü tipografik yapı, İstanbul Teknik Üniversitesi logosunda mühendislik ve teknoloji odaklı görsel dil öne çıkmaktadır. Çalışmada renk, tipografi ve sembol tercihleri; kurumsal kimliği güçlendiren, marka bütünlüğünü destekleyen ve üniversitelerin hedef kitle nezdindeki algısını şekillendiren temel grafik tasarım unsurları olarak ele alınmıştır.

Bu bölümde Türkiye'deki üç farklı üniversitenin logoları renk, tipografi ve sembolik ögeler açısından incelenmiştir. İstanbul Üniversitesi logosunda geleneksel kimliği yansıtan mavi ve bordo tonları ile klasik tipografi tercih edilirken İstanbul Teknik Üniversitesi logosunda mavi ve gri renkler ile sade tipografi, teknoloji ve yenilik anlayışını öne çıkarmaktadır. "Ankara Üniversitesi logosunda yer alan koyu kırmızı ve kahverengi tonları, kurumsal tarih ve akademik geleneği simgelemektedir. Logolarda kullanılan renkler, tipografi ve semboller; üniversitelerin kurumsal kimliklerini ve temel değerlerini yansıtan, görsel iletişimi güçlendiren başlıca ta-

sarım unsurları olarak değerlendirilmiştir." *(Bayrak, 2024; Becer, 1997; Yılmaz, 2025; Yeğen, 2023).*

4. Logo Tasarımının Tarihsel Gelişimi ve Anlamı Üzerine Kapsamlı İnceleme

İstanbul Üniversitesi logosu bilgi ve eğitim geleneğini, Ankara Üniversitesi logosu kurumsal çeşitlilik ve dinamizmi, İstanbul Teknik Üniversitesi logosu ise mühendislik ve teknoloji odaklı yapıyı simgelemektedir. İstanbul Üniversitesi klasik serif yazı karakterleri ile lacivert ve bordo tonlarını kullanarak "köklülük, güven ve akademik ciddiyeti" yansıtırken Ankara Üniversitesi sans-serif tipografi ile mavi ve gri tonları aracılığıyla "çağdaşlık, güvenilirlik ve istikrar" vurgusu yapmaktadır. İstanbul Teknik Üniversitesi sade tipografi ile mavi, turuncu ve gri renkleri kullanarak "teknoloji, yenilikçilik ve dinamik yapısını" ön plana çıkarmaktadır. Genel olarak tipografi ve renk seçimlerindeki tutarlılık; üniversitelerin kurumsal kimliğini güçlendiren, marka bilinirliğini artıran ve kurumsal değerlerin görsel olarak etkili biçimde aktarılmasını sağlayan temel tasarım unsurlarıdır.

5. Üniversite Logo ve Sloganlarının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi

Bu araştırmada üniversitelerin logo tasarım özelliklerine ilişkin bulgular; logonun renk, görsel tasarım özellikleri, sözel iletişim ögesi (slogan), logo ve sloganın kurumsal kimlik ile uyumu, grafik tasarımın temel ilke ve ögeleri açısından sistematik olarak değerlendirilmesi amacıyla hazırlanmış ve Tablo 1'de ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Tablo 1. Üniversitelerin Logo Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular



Şekil 1. İstanbul Üniversitesi kurumsal kimlik kılavuzunda yer alan logo.

Logodaki Renkler ve Anlamları:

Logoda ağırlıklı olarak kullanılan yeşil, sarı ve beyaz renkler; güven, bilim, akademik ciddiyet, gelişim, bilgi, başarı, kurumsal prestij ve etik değerleri simgeler (bkz. Görsel 1).

Üniversitenin köklü tarihini, bilimsel gücünü ve kurumsal kimliğini yansıtmaktadır.

• Yeşil: yaşam, gelişim, bilimsel üretkenlik

• Sarı: tarih, değer, köklülük (1453 vurgusu)

• Beyaz: saflık, bilgi

• Yeşil+sarı kombinasyonu: Klasik akademik mavi tonlardan ayrışır ve kuruma "yaşayan, üretken" üniversite" imajını verir.

• Yüksek kontrast sayesinde uzaktan okunabilirlik güçlüdür.



Şekil 2. Büyük Hun İmparatorluğu Bayrağı



Şekil 3. İran – Thor/Bahram: Gûr'un Ejderhayı Öldürmesi, 1370–1371 CE



Şekil 4. Sivas Gök Medresede bulunan "Hayat Ağacı" rölyefi 1271 yılı Anadolu Selçuklu Dönemi



Şekil 5. İnce Minareli Medresede bulunan bir Ejder rölyefi 13.Yy Selçuklu dönemi



Şekil 6. Kazak mitolojisine göre "Hayat Ağacı- Bayterek" minyatürü

Logonun Görsel Tasarım Özellikleri:

Logo, grafik tasarım öge ve ilkeleri açısından güçlü bir kurumsal kimliği yansıtmaktadır. Kullanılan dairesel form; süreklilik ve kurumsal istikrarı simgelemektedir.

"İstanbul Üniversitesi'nin ilk logosu (1933) Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusuna atfen Atatürk resmi merkeze yerleştirilerek tasarlanmıştır. Bu logonun 1946 yılında Süheyl Ünver'in tasarımına kadar kullanıldığı bilinmektedir." *(Alkan, 2011, s.63).*

İstanbul Üniversitesi'nin 1946 yılında Süheyl Ünver tarafından tasarlanan logosu, 1243 tarihli Selçuklu Şifa Yurdu motiflerinden esinlenmiştir. Logonun merkezindeki ağaç benzeri motifin Hayat Ağacı'nı, iki yanında yer alan kıvrımlı figürlerin ise onu koruyan ejderleri temsil ettiği düşünülmektedir. Gökyüzüne uzanan bir ağacı andıran merkezi tasarımın sağına ve soluna birbirine dolanmış, dal benzeri iki motif yerleştirilmiştir. Orta Asya Türk topluluklarında bu motiflerin uzun bir gövdeye ve yılan benzeri bir biçime sahip olan ejderhayı (veya "Ejder"i) simgelediğine inanılır; ancak bu motiflerin genellikle yılanları temsil ettiği varsayılır (bkz. Görsel 2,3). "Eski Türklerde yılan ya da kulaklı yılan olan ejderha (abırga/acırga) hayat ağacının bekçisidir." *(Ögel, 2003, s.490).*

"Logonun her iki yanında yer alan figürler, ejderha kabartmalarını andırırken logonun ortasındaki desen, Hayat Ağacı'nı çağrıştırmaktadır. Ayrıca, logoda yer alan 1453 tarihi, kurumun kuruluşunu İstanbul'un fethinden sonraki döneme bağlamaktadır." *(Topal&Katırancı, 2023).*

Görsel 4'te ortadaki dikey desenin Hayat Ağacı'nı temsil ettiği söylenmektedir. *Görsel 5*'te ise Hayat Ağacı'nı temsil ettiği düşünülen bu logonun temel dikey unsurunun sağında ve solunda yer alan motifler, tasvir edilen ejderha kabartmasına büyük ölçüde benzemektedir.

Kazak mitolojisinde Hayat Ağacı (Bayterek); üst, orta ve alt dünya olmak üzere üç evrenden oluşur (bkz. *Görsel 6*). Ağacın dibinde bir yılan-ejderha, tepesinde ise kutsal kuş Samruk bulunur. Bazı hikâyelerde kötülüğün simgesi olarak görülse de daha yaygın yorumlarda ejderha, Hayat Ağacı'nın koruyucusu olarak kabul edilmektedir. Orta Asya şaman inancında Hayat Ağacı, bu farklı evreni birbirine bağlayan bir eksen olarak görülür.

	"Ağaç, Şaman'a gökyüzü veya yer altı seyahatinde merdiven veya yol vazifesi görür. Şaman ağacını, kötü ruhlardan koruyan yaratıklar ise arslan, ejder (yılan ejder) veya başka masal yaratıklarıdır." *(Alsan, 2005, s.158)*. Bu düşünce, "üçlü yapısıyla "Bayterek" tasvirini çağrıştıran İstanbul Üniversitesi logosunun temel unsurunda açıkça görülmektedir. Erzurum Çifte Minareli Medrese'deki Hayat Ağacı temasında da benzer bir sembolik düzenleme mevcuttur. Buradaki iki ejderhanın hem ağacın koruyucularını temsil ettiği hem de yeraltı dünyasıyla bağlantılı olduğu düşünülmektedir." *(Alsan, 2005, s.126)*. "Logoda sarı, yeşil ve beyaz renklerin kullanılması, Türkiye'deki kültürel önemi bağlamında da değerlendirilebilir. Sarı renk merkezi, beyaz renk Batı'yı, yeşil renk ise büyüme ve ilerlemeyi simgeler." *(Özkan, 2002; Reşat, 1996; Becer, 2006)*. Sonuç olarak bu renklerin kurumun üstlendiği önemli rolü, gelişim stratejisini ve Batı'ya dönük yönelimini temsil ettiği söylenebilir. Logonun renkleri ve motiflerinin Türk kültürel sembolleriyle ilişkili olduğu açıktır. Bu bağlamda, tasarımın Süheyl Ünver'in Türk kültürüne olan bağlılığından ve milliyetçi bakış açısından büyük ölçüde etkilendiği söylenebilir. Logo'da Times New Roman tipografi ve "1453 yılı" vurgusu modernliği ve tarihsel mirası desteklemektedir. Harflerin uç kısımlarındaki küçük çıkıntılar, Serifli (tırnaklı) tasarımına geleneksel ve resmi bir görünüm kazandırır. Yüksek okunabilirlik bu tasarımın bir özelliğidir; harfler arasındaki yakın aralıklar bir uyum hissi yaratmaktadır. "Simetrik düzen, görsel denge, vurgu, ritim ve bütünlük ilkelerinin başarılı biçimde kullanılmış olması logonun estetik ve işlevsel açıdan etkili bir tasarım ortaya koyduğunu göstermektedir." *(Becer, 2006, s.62)*.
	Sözel İletişim Ögesi (Slogan): "Tarihten Geleceğe Bilim Köprüsü" İstanbul Üniversitesi'nin köklü geçmişi ve çağdaş bilim anlayışını bir araya getiren vizyonunu yansıtan slogandaki "Tarihten Geleceğe" ifadesi, üniversitenin tarihî mirasına vurgu yaparken "Bilim Köprüsü" ifadesi ise geçmişten geleceğe bilgi aktarımını ve bilimsel gelişimi simgelemektedir. Kısa, anlamlı ve akılda kalıcı yapısıyla üniversitenin kurumsal değerlerini etkili bir şekilde ifade etmektedir.

	Logo ve Sloganın Kurumsal Kimlik ile Uyumu: İstanbul Üniversitesi'nin logo ve sloganı, tarihî mirası, akademik gücü ve gelecek vizyonu bütüncül bir kurumsal kimlik anlayışıyla yansıtmaktadır. Görsel ve sözel iletişim unsurlarının birbiriyle uyumu, üniversitenin güvenilir, köklü ve bilim odaklı kurumsal imajını güçlendirmekte kurumsal tanınırlığına katkı sağlamaktadır.
	Grafik Tasarımın Temel İlke ve Ögeleri: İstanbul Üniversitesi logosu, grafik tasarımın temel ilke ve ögeleri açısından değerlendirildiğinde simgesel anlatımı güçlü ve bütünlüklü bir kurumsal kimlik tasarımı olarak öne çıkmaktadır. Dairesel form; süreklilik, birlik ve kurumsal istikrarı simgelerken merkez eksen etrafındaki simetrik yerleşim tasarıma denge kazandırmaktadır. Çizgisel düzenlemeler ve çevresel yerleşim görsel ritim oluştururken merkezde konumlandırılan semboller tasarımın vurgu noktasını meydana getirmektedir. Logoda üniversite ismi yazılırken kullanılan yazı karakteri Times New Roman'dır. Bu yazı karakteri Türkçe ile uyumlu olduğu için tercih edilmektedir ve plain (normal), bold (kalın), italic (eğik) ve bold-italic (kalın-eğik) gibi kullanım çeşitlerine uygulanabildiğinden yaygın olarak kullanılmaktadır. Logoda kullanılan tüm ögeler merkez eksene göre hizalanmıştır. Logo içerisindeki sembol, yazı ve renkler bir bütün olarak uyum içinde tasarlanmıştır. Görsel ögeler arasında kopukluk bulunmaz ve tüm yapı tek bir kurumsal kimlik mesajı verir. Bu da İstanbul Üniversitesi'nin köklü ve disiplinli yapısını destekler. Renk, tipografi ve sembollerin uyumlu kullanımı ise bütünlük ilkesini destekleyerek kurumsal mesajın açık ve tutarlı biçimde aktarılmasını sağlamaktadır. İstanbul Üniversitesi logosu, grafik tasarımın temel ögelerinden olan yön, nokta ve çizgi, bağlamında incelendiğinde biçimsel yapının güçlü bir görsel organizasyon üzerine kurulduğu görülmektedir. Logo, "denge, oran-orantı, bütünlük, devamlılık, simetrik ve merkezden dengeli bir yapıya sahiptir" *(Becer, 2006, s. 63)*. Logonun grafik tasarım açısından güçlü olduğu noktalar: Net hiyerarşi, güçlü simgesel anlatım, yüksek kontrast ve okunabilirlik, konsept bütünlüğü görülmektedir.

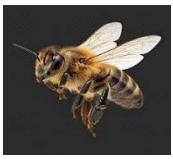


Şekil 7. İstanbul Teknik Üniversitesi kurumsal kimlik kılavuzunda yer alan logo.

Logodaki Renkler ve Anlamları:

İstanbul Teknik Üniversitesi logosunda tercih edilen renk paleti, teknik ve güven unsurlarını vurgulayacak şekilde belirlenmiştir (bkz. Görsel 7). Baskın olarak mavi ve beyaz renkler kullanılmıştır. Mavi renk; güven, bilim, teknoloji, mühendislik ve kurumsallığı; beyaz renk ise şeffaflık, doğruluk ve akademik etik değerleri simgelemektedir. Bu renk kombinasyonu, üniversitenin teknik ve analitik kimliğini yansıtan modern, sade ve profesyonel bir kurumsal görünüm oluşturmaktadır. Yüksek kontrast sayesinde logo, dijital ve basılı ortamlarda yüksek okunabilirlik sağlarken İstanbul Teknik Üniversitesi'nin tarihî ve geleneksel görsel kimliğine kıyasla daha teknik, analitik ve çağdaş bir görsel dil sunmaktadır. Mavi-beyaz kombinasyonu "teknik üniversite" kimliğini güçlü biçimde yansıtır. Modern, sade ve profesyonel bir algı oluşturur.

Dijital ve mühendislik temelli kurumlara uygun yüksek okunabilirlik sağlar. İstanbul Üniversitesi'ne kıyasla daha "soğuk, teknik ve analitik" bir görsel dil sunar.



Şekil 8. Arı



Şekil 9. Osmanlı Dönemi İstanbul Teknik Üniversitesi Pabuç Tipi Mineli Rozeti

Logonun Görsel Tasarım Özellikleri:

İTÜ'nün simgesi olan arı, 1925 yılında o dönemde "Mühendis Mekteb-i Ali" (Yüksek Mühendislik Okulu) adıyla bilinen okulun öğrencileri tarafından seçilmiştir. Arının yanı sıra örümcek motifi de İTÜ için olası bir simge olarak gündeme getirilmiştir. Dört yıl süren değerlendirmeler ve çeşitli arı çizimlerinin hazırlanmasının ardından ilk rozet 1929 yılında Beyoğlu'ndaki bir oymacıya yaptırılmıştır (bkz. Görsel 8,9). Rozetleri temin eden öğrenciler, bunların profesörler tarafından da takılmasını sağlamak amacıyla harekete geçmiş ve rozetlerin geniş çapta dağıtımını gerçekleştirmişlerdir.

Logo, grafik tasarım öge ve ilkeleri açısından güçlü bir kurumsal kimliği yansıtmaktadır. Kullanılan elips form; İki odak noktasına ve uzamış ya da basık dairesel bir görünüme sahip şekillere "elips form" olarak adlandırılırlar. Elips formu logoya bir bütünlük hissi kazandıran temel geometrik çerçeveyi oluştururken; logodaki Görsel 7'de arı sembolü çalışkanlığı, üretkenliği, verimliliği, çevreye duyarlı bir yaşamı ve sistemli çalışma değerlerini temsil etmektedir. İstanbul Teknik Üniversitesi logosu; "mühendislik, bilim ve teknoloji" odaklı kurumsal kimliği yansıtan sade ve modern bir tasarıma sahiptir.

Mavi ve beyaz renkler "güven, bilim, teknoloji, kurumsallık ve akademik dürüstlük" değerlerini simgelerken merkezde yer alan stilize "İTÜ" harfleri, elips form ve "1773" ibaresi üniversitenin kurumsal kimliğini, bütünlüğünü ve köklü tarihini vurgulamaktadır. Dengeli ve yalın tasarımı, logonun kolay algılanmasını sağlayarak üniversitenin güçlü marka kimliğini desteklemektedir. Görsel dil, üniversitenin mühendislik alanındaki uzmanlığını ve teknolojik vizyonunu yansıtırken kurumun çağdaş kimliğine uygun minimal ve işlevsel bir anlatım tarzını benimsemiştir. Tüm bu unsurlar, İstanbul Teknik Üniversitesi'nin mühendislik disipliniyle güçlü bir bağ kurarak tanınabilir bir grafik iletişim diline sahip olmasını sağlamıştır.

	Sözel İletişim Ögesi (Slogan): "Bilim ve Teknolojide Öncü Üniversite" İstanbul Teknik Üniversitesi'nin resmî ve tek bir kurumsal sloganı bulunmamakla birlikte kurumsal iletişiminde bilim, teknoloji ve yenilikçilik anlayışı ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda "Bilim ve Teknolojide Öncü Üniversite" ifadesi, üniversitenin vizyonunu yansıtan uygun bir slogan olma niteliğini taşımaktadır. Bu ifade, İTÜ'nün mühendislik ve teknoloji alanlarında öncü rolünü, bilimsel araştırmalara verdiği önemi ve yenilikçi yaklaşımını vurgulamaktadır. Kısa, anlaşılır ve akılda kalıcı yapısıyla üniversitenin çağdaş, üretken ve araştırma odaklı kurumsal kimliğini başarılı şekilde ifade etmektedir.
	Logo ve Sloganın Kurumsal Kimlik ile Uyumu: İstanbul Teknik Üniversitesi'nin logo ve kurumsal iletişim dili birlikte değerlendirildiğinde güçlü ve tutarlı bir kurumsal kimlik oluşturduğu görülmektedir. Logo, üniversitenin mühendislik ve teknoloji alanındaki uzmanlığını görsel olarak yansıtırken kurumsal söylemleri de bilimsel üretim, araştırma ve yenilikçilik anlayışını desteklemektedir. Görsel ve sözel iletişim unsurlarının birbirini tamamlaması, üniversitenin güvenilir, çağdaş ve uluslararası düzeyde saygın bir yükseköğretim kurumu olarak algılanmasını güçlendirmektedir.
	Grafik Tasarımın Temel İlke ve Ögeleri: Logo, grafik tasarımın temel ilke ve ögeleri açısından sade, işlevsel ve modern bir kurumsal kimlik örneği sunmaktadır. Logoda kullanılan mavi ve beyaz renkler güven, bilim, teknoloji, mühendislik ve akademik etik değerlerini temsil ederken renklerin dengeli kullanılması logonun okunabilirlik düzeyini güçlendirmektedir. Geometrik ve simetrik tasarım, teknik disiplinleri yansıtırken Humanist 777, tipografi; modernlik, sadelik ve profesyonellik algısını desteklemektedir. Kuruluş yılı olan "1773" vurgusu üniversitenin tarihsel derinliğini ve köklü akademik geçmişini güçlendirir. Tipografi genel olarak modernlik, netlik ve teknik disiplin anlamı taşır.

	Minimal tasarım anlayışı sayesinde logo, farklı kullanım alanlarında yüksek okunabilirlik ve işlevsellik sağlamaktadır. Modern tipografi, üniversitenin vizyonunu ve "araştırma odaklı" yapısını etkili şekilde yansıtmakta; bu estetik unsurların bütünsel yapısı, kurumsal kimliğin yenilikçi ve ilerici yönlerini gözler önüne sermek için yetkin bir işlevsellik taşımaktadır. Böylelikle üniversitenin kurumsal kimliği, grafik tasarım unsurları aracılığıyla güçlü, modern ve net bir biçimde iletilmekte ve bu durum, üniversitenin misyonunu açıkça ortaya koymaktadır. Logoda kullanılan yazı karakteri özel tasarım kurumsal "Humanist 777" tipografi yapısındadır. Yazı tipi olarak hümanist sans-serif (tırnaksız) karakterdedir. Yumuşak, organik ve kaligrafik çizgileri, geometrik yazı tiplerinin katılığıyla bir tezat oluşturur. Açık harf formları sayesinde uzun metinlerde ve yönlendirme sistemlerinde mükemmel bir okunabilirlik sunar. Keskin, sade ve geometrik harf formu; mühendislik, teknoloji ve analitik düşünceyi temsil eder. İstanbul Teknik Üniversitesi logosu; sade, teknik, modern ve fonksiyonel bir kurumsal kimlik yapısına sahiptir. Logonun grafik tasarım açısından güçlü olduğu noktalar: güçlü sembolik ifade, köklü, kültürel, benzersizlik ve dengeli kompozisyon içermektedir. Logo, simetrik ve merkez odaklı düzeni sayesinde denge, düzen ve kurumsal kimlik hissi uyandırmasıdır. Üniversitenin kurumsal markalama kuralları, logonun dairesel biçimini belirler. Logo, çarpıcı renk kontrastı ve klasik temaların modern iş dünyasında kullanımı sayesinde hem geleneksel hem de kurumsal bir karaktere sahiptir. Elips formu, renk ve sembol, ayrı ayrı değil tek bir görsel sistem olarak birleşerek kuvvetli bir görsel bütünlük sağlamaktadır.
	Logodaki Renkler ve Anlamları: Logoda lacivert ve altın yaldız renkleri kullanılmıştır (bkz. Görsel 10). Lacivert; bilgi, ciddiyet ve akademik güveni temsil eder, altın yaldız; başarı, köklülük ve prestiji simgeler. Bu iki rengin uyumlu kullanımı, çeşitli kitlelere hitap eden çok

Şekil 10. Ankara Üniversitesi kurumsal kimlik kılavuzunda yer alan logo.

yönlü bir ifade sunma amacını taşımaktadır. "Hitit Güneşi" figürü, amblemin en temel ögesi niteliğindedir ve altın rengindedir (bkz. Görsel 11). Bu form, Ankara Etnografya Müzesi'nde sergilen eserlerin birisinden aslına uygun olarak alınmıştır. İç içe geçmiş iki adet daire form, "evrenselliği ve hareketi" simgeleyerek merkezdeki "Hitit Güneşi" figürünü saran tipografinin alanını oluşturur. Bu figüre ve aynı zamanda logoya zemin oluşturacak olan yuvarlak lacivert formla "Dünya" simgelenmiştir.

"Ankara Üniversitesi" yazısı ve "1946", bilginin sürekliliğine verdiği önemi göstermesi açısından logonun tipografisi dairesel olarak oluşturulmuştur. Alt ortada konumlanan kuruluş yılıyla "Kök ve Temel" kavramları simgelenmiştir.



Şekil 11. Hitit Güneşi Motifi

Logonun Görsel Tasarım Özellikleri:

Ankara Üniversitesi logosu, "Cumhuriyet'in ilk üniversitesi" olmasının tarihî mirasını ve akademik kimliğini yansıtan sade ve anlam yüklü bir tasarıma sahiptir. Logoda yer alan Hitit Güneşi motifi, Anadolu'nun köklü uygarlıklarını, kültürel mirası ve bilimin aydınlatıcı gücünü simgelemektedir. Dairesel form ise birlik, süreklilik ve kurumsal bütünlüğü ifade ederken logonun çevresinde yer alan üniversite adı kurumsal kimliği açık ve dengeli bir şekilde tamamlamaktadır. Sade ve simetrik tasarımı sayesinde logo, hem geleneksel hem de modern bir görünüm sunarak üniversitenin tarihî geçmişi ile çağdaş eğitim anlayışını başarılı biçimde yansıtmaktadır. Kurumun sembolü olan Hitit Güneşi, genellikle Hitit uygarlığına ait bir eser olarak kabul edilir ve Ankara ile Anadolu'yu temsil eden önemli bir simgedir. 1935 yılında Alacahöyük kazılarında bulunmuş, ilk olarak Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi tarafından sembol olarak benimsenmiş ve daha sonra Ankara Üniversitesi logosunda kullanılmaya başlanmıştır. Bu sembolün tercih edilmesinde Mustafa Kemal Atatürk'ün Türk tarih ve kültürüne verdiği önem de etkili olmuştur.

	Sözel İletişim Ögesi (Slogan): **"Cumhuriyetin Bilim Güneşi"** Ankara Üniversitesi'nin Cumhuriyet ile özdeşleşen tarihî kimliğini ve bilimsel misyonunu güçlü bir şekilde ifade eden sloganın başlangıç sözcüğü olan "Cumhuriyetin" ifadesi, üniversitenin Türkiye Cumhuriyeti'nin "ilk yükseköğretim kurumlarından biri" olmasına vurgu yaparken sloganda yer alan "Bilim Güneşi" ifadesi, bilginin aydınlatıcı gücünü, bilimsel üretimi ve topluma yön veren çağdaş eğitim anlayışını simgelemektedir.
	Kısa, anlamlı ve akılda kalıcı yapısıyla slogan; üniversitenin kurumsal değerlerini ve vizyonunu etkili bir biçimde yansıtmakta, özgün, anlaşılır, kurumun vizyonuyla uyumlu ve hedef kitlenin zihninde kalıcı olma özelliklerini de başarılı şekilde taşımaktadır.
	Logo ve Sloganın Kurumsal Kimlik ile Uyumu: Ankara Üniversitesi'nin logo ve sloganı birlikte değerlendirildiğinde güçlü ve tutarlı bir kurumsal kimlik oluşturduğu görülmektedir. Logo, üniversitenin tarihî geçmişini, Cumhuriyet değerlerini ve akademik gücünü görsel olarak yansıtırken slogan, bu kimliği sözel olarak desteklemektedir. Görsel ve sözel iletişim unsurlarının birbirini tamamlıyor oluşu, üniversitenin güvenilir, köklü ve bilim odaklı kurumsal imajını güçlendirmekte; ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığına ve saygınlığına katkı sağlamaktadır. Logo ile slogan arasındaki anlamsal ve görsel tutarlılık; kurumun misyonunu, vizyonunu ve değerlerini aynı mesaj doğrultusunda yansıtmaktadır. Bu uyum, kurumun güvenilirliğini arttırmakta, hedef kitlenin kurumu kolay tanımasını sağlamakta ve kurumsal imajın güçlenmesine önemli katkılarda bulunmaktadır.

Grafik Tasarımın Temel İlke ve Ögeleri:

Ankara Üniversitesi logosu, grafik tasarımın temel ilke ve ögeleri açısından güçlü bir kurumsal kimlik örneğidir. Logodaki renk uyumu, üniversitenin köklü geçmişini ve kurumsal kimliğini etkili biçimde yansıtmaktadır. Logonun merkezinde yer alan Hitit Güneşi motifi, temel görsel unsurdur. Dairesel kompozisyon ve simetrik yerleşim; birlik, denge ve kurumsal istikrar algısını güçlendirmektedir. Tüm görsel ögelerin merkez ekseninde hizalanmış olması, logoya düzen ve profesyonel bir görünüm kazandırmaktadır.

Logodaki kontrollü ve simetrik çizgisel yapı; kurumsallık, disiplin ve süreklilik duygusu oluştururken noktasal ayrıntılar kompozisyonun görsel dengesini destekleyen tamamlayıcı unsur olarak işlev görmektedir.

Hitit Güneşi motifi ile çevresindeki tipografi; uyum içinde yerleştirilmiş, bu yapı da güven ve istikrar algısını pekiştirmiştir. Logoda kullanılan özgün sembol, logonun akılda kalıcılığını arttırırken üniversitenin tarihî ve kültürel kimliğini ön plana çıkarmaktadır. Sembol, renk ve tipografi aynı kurumsal mesajı destekleyecek biçimde bir araya getirilmiştir. Bu uyum, logonun güçlü ve tutarlı bir kurumsal kimlik oluşturmasını sağlamaktadır.

Lacivert ve altın yaldız renklerinin açık zemin üzerinde kullanılmış olması, sembol ve yazıların belirginliğini arttırmakta, okunabilirliği güçlendirmektedir.

Logoda "Century Bold" yazı karakteri büyük harflerle kullanılmıştır. Harflerin uçlarındaki küçük uzantı şeklinde olan tırnaklar, onlara klasik ve güven verici bir görünüm kazandırır. Ankara Üniversitesi logosunda, Hitit Güneşi'nin dairesel formu, kurum adı ve kuruluş tarihini içeren tipografik unsurlarla çevrelenmiştir. Kullanılan yazı karakteri, klasik ve resmî bir tipografik anlayış sergileyerek üniversitenin köklü geçmişini, akademik kimliğini ve kurumsal güvenilirliğini yansıtmaktadır. Harflerin düzenli, dengeli ve okunabilir yapısı, logo ve tipografi arasında görsel bütünlük oluşturmaktadır. "Logo, "denge, oran-orantı, bütünlük, devamlılık, simetrik ve merkezden dengeli bir yapıya sahiptir." (Becer, 2006, s.64).

	Logonun grafik tasarım açısından güçlü olduğu noktalar; okunabilirlik ve zamansızlık özelliğidir. Kullanılan yazı karakteri, farklı kullanım alanlarında kurumsal ciddiyeti koruyabilecek niteliktedir. Bununla birlikte, günümüz grafik tasarım anlayışında daha vurgulu, okunaklı, dikkat çekici, özgün ve dijital ortamlara uyum sağlayabilen tipografik çözümler ön plana çıkmaktadır. Sonuç olarak Ankara Üniversitesi logosu; renk, biçim, denge, form, oran-orantı, vurgu, bütünlük, simetri, tipografi ve sembolik anlatımı başarıyla bir araya getiren, üniversitenin tarihî mirasını, Cumhuriyet'in değerlerini ve akademik kimliğini etkili biçimde yansıtan güçlü bir grafik tasarım örneğidir.

6. Üç Üniversite Logosunun Grafik Tasarım İlkeleri Açısından Karşılaştırmalı Değerlendirmesi

Üç üniversitenin logoları karşılaştırıldığında tasarımsal unsurlar ve kurumsal iletişim ögeleri açısından belirgin benzerlikler ve farklar göze çarpar. 1933 Üniversite Reformu'ndan günümüze Türkiye'de kurulan üç üniversitenin logolarının grafik tasarım ilkeleri açısından benzerlikleri ve farklılıkları aşağıda sunulmuştur.

Benzerlikler:

Üç üniversitenin logosunda da kurumsallığı ve sürekliliği simgeleyen dairesel form tercih edilmiştir. Logoların tamamı üniversitenin tarihî geçmişini ve akademik kimliğini yansıtan semboller içermektedir. İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin logolarında mavi ve lacivert renk tonları ağırlıklı olarak kullanılarak güven, bilim, ciddiyet ve akademik başarı vurgulanmıştır. Ankara Üniversitesi ise logosunda bu renklere ek olarak altın yaldızı kullanmış, prestij ve tarihî mirası ön plana çıkarmayı amaçlamıştır. Tüm logolarda üniversite adı ve kuruluş yılı yer almaktadır. Böylece kurumların köklü geçmişi vurgulanmıştır. Grafik tasarım açısından logoların tamamında "renk, biçim, ölçü, oran-orantı, denge, simetri, bütünlük, hizalama, vurgu ve okunabilirlik" ilkeleri başarılı şekilde uygulanmıştır. Her üç üniversitenin logosu da yalnızca bir görsel işaret değil, aynı zamanda kurumun tarihini, misyonunu ve değerlerini yansıtan güçlü bir kurumsal kimlik unsuru olma niteliğindedir.

Farklılıklar:

Ankara Üniversitesi logosunda Hitit Güneşi (Güneş Kursu) yer almakta, Anadolu uygarlıkları ile Cumhuriyet'in bilim anlayışı temsil edilmektedir. İstanbul Üniversitesi logosu daha minimalist ve modern bir tasarıma sahiptir. İstanbul Teknik Üniversitesi kullanılan elips form logoda temel geometrik çerçeveyi oluştururken; logodaki arı sembolü çalışkanlığı, üretkenliği ve sistemli çalışmayı temsil etmektedir.

Renk kullanımı bakımından İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi mavi-beyaz ağırlıklı bir kurumsal kimlik oluştururken Ankara Üniversitesi lacivert altın yaldızı tonları kullanmaktadır.

Tipografi açısından İstanbul Teknik Üniversitesi Humanist 777, İstanbul Üniversitesi Times New Roman ve Ankara Üniversitesi "Century Bold" yazı karakterlerini kullanmaktadır. Sembolik anlatım bakımından Ankara ve İstanbul Üniversitesi tarihî ve kültürel sembollere daha fazla yer verirken İstanbul Teknik Üniversitesi teknik ve mühendislik kimliğini ve geleneğini ön plana çıkarmaktadır. Tasarım anlayışı açısından İstanbul Teknik Üniversitesi daha minimal ve çağdaş, İstanbul Üniversitesi ile Ankara Üniversitesi daha geleneksel, simgesel ve dengeli bir kurumsal tasarım anlayışı sergilemektedir.

Tablo 2'de İstanbul Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi'nin logoları; kuruluş tarihi, görsel tasarım, sözel iletişim, kurumsal kimlik uyumu, grafik tasarım ilke ve ögeleri bakımından karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve özetlenmiştir.

Tablo 2.

Üniversite Adı	İstanbul Üniversitesi	Ankara Üniversitesi	İstanbul Teknik Üniversitesi
Kuruluş Tarihi	1453	1946	1773
Görsel Tasarım	Kitap + Bayterek Kulesi, tarihî semboller	Hitit Güneşi (Güneş Kursu), kültürel sembol	Arı sembolü. "İTÜ 1773", minimalist ve modern tasarım
Sözel İletişim (Slogan)	"Tarihten Geleceğe Bilim Köprüsü"	"Cumhuriyetin Bilim Güneşi"	Resmî slogan yerine "1773" vurgusu

Kurumsal Kimlik Uyumu	Tarih + bilim + gelenek uyumu güçlü	Cumhuriyet + bilim + tarih uyumu güçlü	Teknoloji + mühendislik + modernlik uyumu
Grafik Tasarım İlke ve Ögeleri	Denge, simetri, ritim ve sembolizm güçlü	Denge, merkez vurgu ve tarihî sembolizm güçlü	Sembolizm, minimalizm, kontrast ve okunabilirlik güçlü

Tablo 3'te İstanbul Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi'nin logolarında yer alan kurumsallık, renk kullanımı, tasarım yapısı, sembol kullanımı ve tipografik ögeler; ortak özellikleri ve farklılıkları bakımından incelenmiş ve özetlenmiştir.

Tablo 3.

Kriter	Ortak Özellikler	Farklılıklar
Kurumsallık	Güçlü kurumsal kimlik	Yaklaşım farklıdır (tarihî / modern / teknik).
Renk Kullanımı	Mavi ve lacivert ağırlıklı	Ankara Üniversitesi altın yaldız ile ayrışır.
Tasarım Yapısı	Dairesel ve simetrik yapı	İTÜ daha minimalisttir.
Sembol Kullanımı	Tarih ve akademi vurgusu	İstanbul&Ankara Üniversitesi sembolik, İstanbul Teknik Üniversitesi tekniktir.
Tipografi	Kurumsal ve okunabilir yazı karakteri	İstanbul Teknik Üniversitesi daha modern/özel tasarım kullanır.

7. Logoların Kurumsal İmaj Üzerindeki Etkileri

Logolar, bir kurumun dış görünüşü ve algılanış biçimi açısından oldukça belirleyicidir. Üniversite logoları, sadece görsel sembollerden ibaret olmayıp aynı zamanda kurumun kimliğini, değerlerini ve misyonunu yansıtmak üzere tasarlanır. Bu bağlamda etkili ve anlamlı bir logo, öğrenim ortamının ciddiyetini ve saygınlığını pekiştirebilir, paydaşlar nezdinde güven ve bağlılık oluşturabilir.

Özellikle renk seçimi, semboller ve yazı tipinin uyumu, kurumsal imajı şekillendiren temel unsurlardır. Renklerin psikolojik etkileri dikkate alınarak tercih edilmesi, kurumun vizyonunu vurgulayıp akademik ciddiyet veya inovasyon temasını öne çıkarabilir. Şekil ve sembol seçimleri ise genellikle üniversitenin tarihine, kültürel değerlerine veya hedeflerine uygun olmalıdır. Ayrıca, logonun tipografi ve kompozisyon düzeni, bütünlüğü ve okunabilirliği arttırarak profesyonellik izlenimi yaratır. Bu unsurların uyum içinde olması, kurumsal imajın güçlü ve sürdürülebilir olmasını sağlar. Araştırmada üç üniversite örneği üzerinden logolardaki kayda değer benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Benzerlikler arasında akademik ve kültürel yansımaların semboller ve renkler aracılığıyla aktarılması dikkat çekerken farklılıklar; tasarımın sadeliği veya detay zenginliği, semboller üzerinden anlatım tarzlarındaki çeşitlilik şeklinde kendini gösterir. Tüm bu etkenler göz önüne alındığında logoların yaratıcı ve estetik açıdan uyumlu olması, üniversitenin geleneksel değerlerine saygılı duruşunu gösterirken modern ve yenilikçi yaklaşımlarla da güncelliğini korumasını sağlar. Dolayısıyla logoların tasarım süreçleri, kurumsal iletişimi destekleyecek ve hedef kitleyle etkin bağ kuracak nitelikte olmalıdır.

Kurumsal imajın güçlendirilmesinde logo ve sloganın etkili kullanımı, üniversitelerin sürdürülebilirliği ve rekabet avantajı elde etmesi açısından kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda üniversitelerin iletişim stratejilerinde yenilikçi ve tutarlı logo tasarımlarıyla birlikte özgün sloganların geliştirilmesi, imajın kalıcı ve pozitif şekilde yerleşmesine katkı sağlar. Ayrıca hem geleneksel hem de dijital platformlarda tutarlı ve uyumlu görsel ve sözel unsurların entegrasyonu, marka bilinirliği ve itibar açısından önemli bir başarı göstergesidir. Sloganların içerik özellikleri ve belirli türleri, hedef kitleyle etkileşim kurma ve kurumsal mesajların etkili iletimi açısından dikkate alınmalıdır. Bu doğrultuda üniversitelerin imajını uzun vadede koruyabilmesi için sürdürülebilir iletişim stratejilerine yönelmesi gereklidir. Politik ve kültürel bağlamların dikkate alınmaması durumunda marka algısında olumsuzluklar yaşanabilir ve bu durum imajın güçlendirilmesini engeller. Dolayısıyla, üniversitelerin logo ve slogan kullanımını düzenleyen politika ve uygulamalarında kültürel uyum, güncel iletişim trendleri ve imaj yönetimi ilkeleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bağlamdaki politika önerileri arasında "kurumların kurumsal kimliğiyle uyumlu, erişilebilir, esnek logo ve slogan tasarımlarının geliştirilmesi, sürekli yenileme faaliyetleri ve dijital ortamların etkin kullanımını sağlamak" yer almalıdır.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Tartışma

Bu çalışmada 1933 tarihli Üniversite Reformu sonrası kurulan üç üniversite örneği üzerinden üniversite logoları; grafik tasarım ilkeleri bağlamında analiz edilmiş, karşılaştırılmış, grafik tasarım unsurları ve kurumsal iletişim açısından önemli benzerlik ve farklılıklar ortaya konmuştur. İncelenen logolarda kurumsal kimliği güçlendiren geleneksel ve simgesel motiflerin tercih edildiği görülmektedir. Renk kullanımında güven, ciddiyet ve dinamizmi çağrıştıran tonlar öne çıkarken logolarda yer alan akademik kimliği yansıtan semboller ve simetrik kompozisyonlar kurumsal aidiyet ve bilimselliği desteklemektedir.

Logolar arasındaki temel farklılıklar; tasarım yaklaşımı, tipografi ve sembol kullanımında ortaya çıkmaktadır. Bazı logolar minimalist ve çağdaş bir anlayış benimserken bazıları tarihsel ve kültürel ögeleri öne çıkaran daha ayrıntılı bir tasarıma sahiptir. Benzer şekilde, modern yazı karakterleri yenilikçilik ve dinamizmi yansıtırken klasik tipografi, kurumsal köklülüğü ve resmiyeti vurgulamaktadır. Sembolik tercihlerin kurumların vizyon ve misyonlarına göre farklılaştığı görülmektedir. Üniversite logoları farklı tasarım anlayışlarıyla oluşturulmuş olsa da logoların tamamı, kurumsal kimliği, akademik değerleri ve üniversitenin vizyonunu etkili biçimde yansıtmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda grafik tasarım ögeleri ve ilkeleri, kurumların tarihsel mirası ile çağdaş kimliği arasında görsel bir denge kurarak kurumsal imajın güçlenmesine önemli katkılar sağlamaktadır.

SONUÇ

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, üniversitelerin büyük çoğunluğunun logo ve slogan kullanımına önem verdiğini ancak bu iki unsurun her zaman bütüncül bir kurumsal iletişim anlayışı içerisinde tasarlanmadığını göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre üniversite logolarında en yaygın kullanılan renkler mavi, lacivert, kırmızı ve yeşildir. Bu renkler güven, kurumsallık, bilgi, dinamizm ve geleneksellik gibi değerleri yansıtmaktadır. Logolarda kitap, meşale, yıldız, güneş, tarihî yapılar ve kurumu temsil eden semboller gibi eğitim ve bilimle ilişkilendirilen görsel ögelere sıkça yer verildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte benzer sembol ve renklerin tercih edilmiş olması, üniversite logoları arasındaki görsel farklılaşmayı sınırlandırmaktadır.

Üç üniversitenin logolarına ilişkin ayrıntılı inceleme, temel grafik tasarım ilkelerinin büyük ölçüde benimsendiğini göstermektedir. İstanbul Üniversitesi

logosu tarihsel mirası ve kurumsal geleneği, Ankara Üniversitesi logosu sembolik anlatımı ve kültürel kimliği, İstanbul Teknik Üniversitesi logosu ise mühendislik ve teknoloji odaklı modern yaklaşımı öne çıkarmaktadır. Renk, tipografi, biçim ve kompozisyon tercihleri, her üniversitenin misyon ve vizyonunu yansıtan özgün kurumsal kimlik oluşturma çabasını desteklemektedir.

Sonuç olarak logo ve sloganlar; üniversitelerin kurumsal kimliği, marka değeri ve hedef kitleyle kurduğu iletişim üzerinde doğrudan etkili unsurlardır. Bu nedenle üniversitelerin kurumsal kimlik çalışmalarında grafik tasarım ilkelerini bütüncül bir yaklaşımla ele almaları ve özgün tasarım çözümlerine yönelmeleri oldukça önem taşımaktadır. Daha özgün logo tasarımları geliştirilmeli, sloganlar kısa ve anlamlı olmalıdır. Logo ve slogan birlikte tasarlanmalıdır. Logo tasarım sürecinde kurumsal kimlik stratejisi bütüncül olarak ele alınmalıdır. Üniversitelerin logo tasarımlarında daha özgün ve ayırt edici görsel ögeler kullanılmalı, sloganlar kısa, akılda kalıcı, net ve kurumsal vizyonu doğrudan yansıtan ifadelerden oluşturulmalıdır. Benzer görsel ve sözel kodların tekrarından kaçınılarak üniversiteler arasında farklılaşma ve özgünlük sağlanmalıdır. Kurumsal kimlik çalışmaları, yalnızca tasarım değil stratejik iletişim boyutuyla da ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

Alişoğlu, B. (2020). Millî Eğitim Bakanlığı sürecinde İbrahim Hulusi Öktem (1963–1965). Tarih ve Gelecek Dergisi, 6(4), 1423–1450. doi:10.21551/jhf.829322

Alkan, M. Ö. (2011). En doğru bildiğimizden kuşkulanmak-7: İstanbul Üniversitesi'nin ilk logoları. Toplumsal Tarih, 4–9.

Alsan, Ş. (2005). Türk mimari süsleme sanatlarında mitolojik kaynaklı hayvan figürleri (Orta Asya'dan Selçuklu'ya) [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. https://www.academia.edu/89229876/T%C3%BCrk_mimari_s%C3%BCsleme_sanatlar%C4%B1nda_mitolojik_kaynakl%C4%B1_hayvan_fig%C3%BCrleri_Orta_Asya_dan_Sel%C3%A7uklu_ya_

Arslan, M. (2005). Cumhuriyet dönemi üniversite reformları bağlamında üniversitelerimizde demokratiklik tartışmaları. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18, 23–49. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/219305

Başkan, G. A. (2001). Türkiye'de yükseköğretimin gelişimi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(1), 21–32. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/77493

Bayrak, S. (2024). Halkla ilişkiler perspektifinden kurumsal görsel kimlik tasarımın-

da renkler: Türkiye'deki üniversiteler üzerine göstergebilimsel bir analiz (Publication No. 31717564) [Doktora tezi, ProQuest Dissertations & Theses Global]. ProQuest. https://www.proquest.com/dissertations-theses/halkla-ilişkiler-perspektifinden-kurumsal-görsel/docview/3132879868/se-2

Becer, E. (1997). İletişim ve grafik tasarım. Dost Kitabevi.

Becer, E. (2006). İletişim ve grafik tasarım. Dost Kitabevi.

Bektaş, A. (2000). Kamuoyu, iletişim ve demokrasi. Bağlam Yayınları.

Bromley, D. B. (2001). Relationships between personal and corporate reputation. European Journal of Marketing, 35(3/4), 316–334. doi:10.1108/03090560110382048

Demirkale Kukuoğlu, O. C. (2024). Logo tasarımında güncel eğilimler ve stratejiler. Medeniyet Sanat Dergisi, 10(2), 153–174. doi:10.46641/medeniyetsanat.1565106

Dönmez, C., & Namlı-Altıntaş, İ. (2014). Atatürk'ün çağdaşlık ve evrensellik anlayışı açısından üniversite reformuna bir bakış. Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, 54, 71–106.

Erzincan, A., Yıldız, N., Parlak, D., Türkmen, E., Evren, B., Uysal, B., et al. (2022). Kurumsal kimlik tasarımlarında logo, amblem ve arketip ilişkisi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 74, 170–192. doi:10.51290/dpusbe.1128784

Günay, D., & Günay, A. (2011). 1933'ten günümüze Türk yükseköğretiminde niceliksel gelişmeler. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 1(1), 1–22. https://izlik.org/JA23DA45SB

Güngör, S. S. (2023). Kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicilerin marka sadakati üzerine etkisini tespit etmeye yönelik bir araştırma (Publication No. 30791366) [Doktora tezi, ProQuest Dissertations & Theses Global]. ProQuest. https://www.proquest.com/dissertations-theses/kurumsal-sürdürülebilirlik-uygulamalarinin/docview/2925077838/se-2

İflazoğlu Saban, A., & Saban, A. (2016). Üniversitenin kuruluş ve öğretim amacı ne olmalıdır? Bir analiz çalışması. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2). https://dergipark.org.tr/tr/pub/muefd/article/478487

İnan, N. (1988). Üniversite ve yükseköğretim kavramı açısından Türkiye'deki gelişmeler. Türk Eğitim Derneği Yayınları.

Keş, Y., & Kurt, S. (2015). Küresel düzeyde kültürel bir tanıtım ve marka aracı olarak turizm logoları. Medeniyet Sanat Dergisi, 1(1), 91–114. https://izlik.org/JA62RC37BG

Korkut, H. (1984). Türk üniversiteleri ve üniversite araştırmaları. Ankara Üniversitesi

Basımevi.

Korkut, H. (2003). Türkiye'de Cumhuriyet döneminde üniversite reformları. Millî Eğitim Dergisi, 160. https://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/milli_egitim_dergisi/160/korkut.htm

Mercin, L. (2010). Kış olimpiyat oyunları logolarının analizi. E-Journal of New World Sciences Academy Fine Arts, 5(4), 333–346. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/186601

Mengü, M. M. (2006). Reklam sloganları ve tüketici zihni. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 25, 109–121.

Namal, Y., & Karakök, T. (2011). Atatürk ve üniversite reformu (1933). Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 1(1), 27–35. doi:10.5961/jhes.2011.003

Okay, A. (2018). Kurum kimliği. Der Yayınları.

Omay, E. (1990). Yükseköğretimde sorunlar ve çözümler. Cem Yayınevi.

Ögel, B. (2003). Türk mitolojisi I. cilt. Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Önder, M. (2016). Türk eğitim tarihi. Anı Yayıncılık.

Özkan, A. R. (2002). Türk kültüründe yönler. İçinde H. C. Güzel, K. Çiçek, & S. K. Koca (Ed.), Türkler (Cilt 3, ss. 427–433). Yeni Türkiye Yayınları.

Peltekoğlu, F. B. (2016). Halkla ilişkiler nedir? Beta Yayınları.

Topal, M., & Katırancı, M. (2023). İstanbul Üniversitesi logosunda Türk kültürünün izleri: Süheyl Ünver'in tasarımı üzerine bağımsız bir değerlendirme. Akademik Sanat, 19, 112–123. doi:10.34189/asd.2023.19.009

Yazar, T., & Averbek, E. (2018). 1933 üniversite reformundan günümüze Türkiye'de üniversitelerin tarihsel gelişimi. Turkish Studies, 13(4), 1341–1360. doi:10.7827/TurkishStudies.12711

Yılmaz, H. (2025). Karabük Üniversitesi logo tasarımının göstergebilimsel açıdan incelenmesi. International Journal of Communication and Media Research, 5(2), 104–131. https://izlik.org/JA39WW58NX

Cumhurbaşkanları, başbakanlar ve millî eğitim bakanlarının millî eğitimle ilgili söylev ve demeçleri. (1946).

ŞEKİL KAYNAKÇA

Şekil 1. https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=kurumsal-kimlik-kilavuzu.pdf (01.08.2026)

Şekil 2. https://tarihteniz.wordpress.com/2017/07/03/hunlarin-kimligi-ve-yurtlari-hakkinda/ (10.09.2026)

Şekil 3. https://www.sanatinyolculugu.com/turk-mitolojisinde-hayvanlar-ejderha/iran-thor-bahram-the-gor-killing-the-dragon-1370-1371-ce/ (10.09.2026)

Şekil 4. https://www.sanatinyolculugu.com/hayat-agaci/ (20.09.2026)

Şekil 5. https://www.reddit.com/r/Tiele/comments/mss607/relief_of_wolfdragon_13th_century_seljuk_turks/?solution=74927ac601bced1274927ac601bced12&js_challenge=1&jsc_token=2824be10929bdc604753c70a67a1c331ab599cc8f10c0b4bd9ec886029ca328b&jsc_orig_r= (02.08.2026)

Şekil 6. https://abdullahabdurrahman.wordpress.com/2020/11/20/bayterek-alintidir/ (05.09.2026)

Şekil 7. https://www.itu.edu.tr/docs/librariesprovider2/kurumsal-kimlik/kurumsal-kimlik-rehberi.pdf?sfvrsn=9b2327a4_0 (30.09.2026)

Şekil 8. https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSc7LJ-0IFHcBATZP_1AKur6JBCBXf4dS-yRFFEEcNfnA&s (28.09.2026)

Şekil 9. https://www.muhtelifmuzayede.com/urun/10661940/rozet-osmanli-donemi-istanbul-teknik-universitesi-pabuc-tipi-mineli-rozeti (08.09.2026)

Şekil 10. https://www.ankara.edu.tr/kurumsal/tanitim/kurumsal-kimlik (08.09.2026)

Şekil 11. https://www.muzedenal.com/hitit-gunes-kursu-ne-anlatiyor (21.09.2026)

TABLOLAR

Tablo 1. Üniversitelerin Logo Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 2: İstanbul Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi'nin logoları; kuruluş tarihi, görsel tasarım, sözel iletişim, kurumsal kimlik uyumu, grafik tasarım ilke ve ögeleri bakımından karşılaştırması.

Tablo 3: İstanbul Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi'nin logolarında yer alan kurumsallık, renk kullanımı, tasarım yapısı, sembol kullanımı ve tipografik ögeler; ortak özellikleri ve farklılıkları bakımından incelenmesi.

5. BÖLÜM

MEKÂNSAL MİZANPAJ: SANAL GERÇEKLİKTE GRAFİK TASARIM İLKELERİNİN İZİNİ SÜRMEK[1-2]

Öğr. Gör. Dr. Kenan SUBAŞİ
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
kenansubasi@iuc.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-7416-3617

Öğr. Gör. Murat KÜÇÜKYILDIZ
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
muratkyildiz@gmail.com
https://orcid.org/0009-0007-9695-6291

GİRİŞ

Grafik tasarım, tarihsel gelişimi boyunca bilginin ve imgenin belirli sınırlar içerisinde örgütlenmesi pratiği üzerine kurulmuştur. Matbaanın yaygınlaşmasından itibaren sayısal ekranlara kadar uzanan süreçte mizanpaj, sadece estetik bir düzenleme aracı değil bilginin hiyerarşik biçimde yeniden inşa edilmesini sağlayan bir örgütlenme sistemi olmuştur (Meggs & Purvis, 2006; Müller-Brockmann, 1996). Fakat oyun, bilişim ve bilgisayar teknolojilerinin kesişiminde gelişen teknolojilerle yeniden görünür olan sanal gerçeklik teknolojileri söz konusu bu formu sorgulanır hâle getirmiştir. Kullanıcının, iki boyutlu sınırlarla çevrelenmiş bir tasarımın karşısında değil içerisinde konumlandığı bu ortamda mizanpajın dayandığı bakış varsayımları geçerliliğini yitirmektedir. Sözü edilen bu durum alanyazında genellikle mizanpajın yüzeyden mekâna genişlemesi

1 İntihal Oranı: %1

2 Yapay zekâ beyanı: Yapay zekâ bölüm yapısının kurgulanması, alanyazın taraması ve kaynak denetimi aşamalarında kullanılmıştır. Elde edilen tüm çıktılar yazarlar tarafından gözden geçirilmiş, kaynaklar doğrulanmış ve metin yazarlarca yeniden yazılmıştır. Çalışmanın kuramsal savı, çözümlemeleri ve sonuçlarına ilişkin sorumluluk yazarlara aittir.

biçiminde tarif edilmektedir. Genişleme kavramı söz konusu dönüşümün yönünü göstermekte ancak dönüşümün bütüncül bir form eşit dağılıp dağılmadığı sorusuna yanıt üretememektedir. Gelinen bu noktada mizanpajı oluşturan temel ilkeler sanal gerçeklik evreninde aynı biçimde davranmamaktadır. Bazı ilkeler ortam değişse de işleyişini korumakta, bazıları nitelik değiştirmekte ve bazıları ise mekânsallaşmaya direnç göstererek yüzey mantığını yeniden üretmektedir.

Alanyazın bu konuda dağınık bir görünüm sunmaktadır. İnsan ile bilgisayar etkileşimi alanı üç boyutlu mizanpajı kullanılabilirlik sorunu olarak ele almaktadır. Sinematik sanal gerçeklik araştırmaları ise dikkat yönlendirme tekniklerinin etkililiğini ampirik olarak sınamaktadır (Nielsen vd., 2016; Rothe & Hußmann, 2018). Bu kümeler birbirine büyük ölçüde kapalı kalmaktadır. Sanal gerçeklik üzerine bibliyometrik derlemeler eğitim, sağlık, mimarlık ve pazarlama alanlarında yoğunlaşmaktadır. Ancak grafik tasarım ekseninde sistematik bir haritalama ise bulunmamaktadır. Genişletilmiş gerçeklik teknolojilerinin uygulamalı alanlara yayılımı ise ayrı bir alanyazın oluşturmaktadır (Geçkalan & Toy, 2026). Bu bağlamda Bağcı ve Işık (2025) genişletilmiş gerçeklikte arayüz ve kullanıcı deneyimini görsel tasarım açısından ele almıştır. Baran (2021) üç boyutlu tasarımın sanal gerçeklik uzamındaki uygulama yöntemlerini incelemiştir. Kalbak (2025) ise geleneksel çocuk kitaplarının sanal gerçeklik teknolojisiyle yeniden tasarlanmasını çalışmış, bulgularını Kalbak ve Kurtcu (2026) ile birlikte yayımlamıştır. Söz konusu bu çalışmalar arayüz, üretim yöntemi ve öğrenme çıktısı eksenlerinde ilerlemektedir. Mizanpaj ilkelerinin kendisini merkezine alan bir yaklaşım ise geliştirilmemiştir.

Bölümde ilk olarak mizanpajın kuramsal temelleri ele alınmakta ve ardından grafik tasarımın mekânsal öncülleri tartışılmaktadır. İkinci olarak sanal gerçekliğin mekânsal deneyim rejimi incelenmekte ve farklılaşmış dönüşüm modeli önerilmektedir. Üçüncü olarak model iki vaka üzerinden sınanmakta ve son olarak ise elde edilen bulgular değerlendirilmektedir.

GRAFİK TASARIMDA MİZANPAJ: YÜZEY, KADRAJ VE GÖRSEL HİYERARŞİ

Mizanpajın Tarihsel Gelişimi ve Yüzey ile Kadraj Mantığı

Mizanpaj, en temel anlamıyla görsel ve metinsel ögelerin belirli bir disiplin içerisinde örgütlenmesini ifade etmektedir. Fakat kavramı sadece estetik bir düzenleme pratiğine indirgemek ve yalnızca teknik bir disiplin olarak tanımlamak kavramın anlatısal derinliğini görmezden gelmek anlamına gelmektedir.

Mizanpaj, bilginin nasıl sınıflandırılacağına, hangi sırayla okunacağına ve nasıl algılanacağına ilişkin kararların bütününü kapsayan bir yapıdır. Kavramın kökenleri matbaanın yaygınlaşmasıyla belirginleşmiştir. Fakat hareketli harf sisteminin geliştirilmesiyle bilgi üretimi standartlaşmış ve buna bağlık olarak sayfa düzeni ise sistematik bir tasarım problemi hâline gelmiştir. Bu süreçte geliştirilen sütun sistemleri, kenar boşlukları ve tipografik düzenlemeler mizanpajın ana bileşenlerini oluşturmuştur (Meggs & Purvis, 2006). Tschichold (2006) tipografik düzenin estetik kaygıdan çok iletişimsel etkinlik ilkesi doğrultusunda ele alınması gerektiğini ileri sürmüştür. Lupton (2010), tipografik hiyerarşinin okuma sırasını belirleyen ana araç olduğunu belirtmektedir. Müller-Brockmann (1996) ise mizanpajın temelindeki grid sistemini yalnızca hizalama aracı olarak değil bilgiyi anlamlı bir yapıya dönüştüren örgütlenme çerçevesi olarak tanımlamıştır. Lupton ve Phillips (2015) mizanpajı tipografi, ölçek, kontrast, boşluk ve ritmin birlikte inşa edilen bir sistem olarak ele almaktadır. Samara (2017) ise grid sisteminin kurallı kullanımının yanı sıra bilinçli olarak bozulmasının da mizanpajda anlam üreten bir karar olduğunu göstermektedir. Sözü edilen bu gelişim evrenindeki önemli nokta ise uygulamaların çeşitlenmesine karşın belirli varsayımların değişmemesidir. Tasarımcı, sınırları önceden belirlenmiş iki boyutlu bir yüzey üzerinde çalışmaktadır. Kullanıcı ise bu yüzeye dışarıdan ve görece sabit bir mesafeden bakmaktadır. Kitap kapağı, afiş, broşür, kartvizit, dergi ve sayısal ekran farklı üretim ortamlarına ait olsalar da ortak bir kadraj mantığı paylaşmaktadır. Buna karşın kadrajın işlevi sadece fiziksel sınır çizmek değildir. Arnheim (1974), görsel algının nesnelerden çok nesneler arası ilişkilerden etkilendiğini belirtmektedir. Bu bağlamda yüzey sınırları algısal bir örgütlenme alanı oluşturmaktadır. Kress ve van Leeuwen (2021) ise görsel iletişimin kendi gramerine sahip olduğunu, ögelerin yüzey üzerindeki konumunun anlam üretimini doğrudan etkilediğini ileri sürmektedir. Bir ögenin sayfanın üst bölümünde ya da merkezinde yer alması sadece estetik bir karar değil anlamsal da bir karardır. Bu bağlamda, belirli sınırlara sahip iki boyutlu yüzeyin farklı bölgelerine yerleştirilen aynı öge farklı anlamlar kazanabilmektedir. Benzer biçimde, aynı görsel özellikleri taşıyan iki öge hem sayfa sınırlarına hem de birbirlerine olan uzaklıklarına göre konumlandırıldığında yeniden anlam üretmektedir. Bu bağlamda geleneksel mizanpaj, kadrajın sağladığı denetim olanaklarında temellenmektir. Tasarımcı, kullanıcıyı belirli bir görüş alanı içerisinde tutarak dikkatini yönlendirebilmektedir. Bu durum ise okuma sırasını büyük ölçüde etkilemektedir. Sözü edilen eylem sadece tipografik metinlerin okunmasını değil görsel okuma pratiklerini de kapsamaktadır. Mizanpajın temel işlevlerinden biri de sunulan bilgi yoğunluğunu erişilebilir

bir forma dönüştürmektir. Bu dönüşümün başlıca aracı görsel hiyerarşidir. Görsel hiyerarşi, ögelerin önem derecelerine göre örgütlenmesini ve kullanıcı dikkatinin belirli bir sıra doğrultusunda yönlendirilmesini sağlayan yapıdır.

Hiyerarşinin araçları tarihsel olarak yüzeye özgüdür. Ölçek, kontrast, renk, tipografik farklılaştırma, orantı, negatif alan, tasarım öğelerinin birbiri ile olan ilişkisi ve boşluk kullanımı yoluyla tasarımcı, kullanıcıya okuma yolu sunmaktadır (Lupton & Phillips, 2015). Tufte (1990) de görsel bilgi tasarımının temel sorununu çok değişkenli bir dünyanın iki boyutlu bir düzleme aktarılması olarak tanımlamaktadır. Bununla birlikte Tufte, katmanlama ve ayrıştırmayı bu sorunun başlıca çözümü olarak önermektedir. Kullanıcı bu yönlendirmeyi çoğu zaman bilinçli olarak fark etmemektedir. Lakin oluşturulan hiyerarşi algısal öncelikleri belirlemektedir. Görsel hiyerarşinin işleyişi üç varsayıma dayanmaktadır. İlki kullanıcının tasarıma göreli olarak sabit bir açıdan bakmasıdır. İkincisi görüş alanının yüzey sınırlarıyla çevrelenmesidir. Üçüncüsü ise kullanıcının tasarımcının öngördüğü okuma rotasını büyük ölçüde izlemesidir. Bu üç varsayım geçerli olduğu sürece hiyerarşi belirlenimci biçimde çalışmaktadır. Bu koşullarda tasarımcı, neyin önce görüleceğini yalnızca önermemekte büyük ölçüde belirlemektedir. Fakat sanal gerçeklik evreni belirtilen bu üç varsayımı saf dışı bırakmaktadır. Kullanıcı istediği yöne bakabilmekte, ışınlandığı sanal evrende dilediği gibi hareket edebilmekte ve teknolojisinin doğası gereği öngörülen rotanın dışına çıkabilmektedir. Lakin bu durum hiyerarşinin ortadan kalktığı anlamına gelmemekte ancak kurulma biçiminin ve denetim gücünün değiştiğine göstermektedir.

Mekânsal Öncüller: Bilgi Manzaralarından Yönlendirme Tasarımına

Üç boyutlu evrenin iki boyutlu yüzeye sıkıştırılma meselesi ve tasarımın sadece bu yüzeyle sınırlı bir disiplin olduğu varsayımı görece doğru değildir. Mizanpajın mekânsallaşması ise sanal gerçeklikle başlamamıştır. Bu perspektifte grafik tasarım disiplini içerisinde en az iki öncül bulunmaktadır. İlki, Muriel Cooper'ın Massachusetts Institute of Technology bünyesindeki Visible Language Workshop'ta yürüttüğü çalışmalardır. Cooper, 1980'lerden itibaren mekanik toplumdan bilgi toplumuna geçişin yeni iletişim süreçleri ve yeni görsel diller gerektirdiğini savunmuştur. Bu perspektifte bilgi manzarası kavramını geliştirmiştir. Söz konusu çalışmalarda kullanıcı, üç boyutlu metinsel mekânların içerisinde hareket edebilmektedir. 1994 yılında Information Landscapes projesi (Reinfurt & Wiesenberger, 2017), tipografiyi doğrudan üç boyuta taşı-

mış ve ona devingenlik kazandırmıştır. Lisa Strausfeld'in geliştirdiği katmanlı yapıda tipografik bilgi düzeyleri, içeriğin örgütlenme biçimine göre ön ya da arka planda konumlandırılmakta ve yapının döndürülmesiyle yeni ilişkiler kurulabilmektedir.Cooper'ın çalışması, bu bölümün temele aldığı iddia açısından iki nedenle önemlidir. İlki, mekânsal tipografi düşüncesinin sanal gerçeklikten önce grafik tasarımın kendi içerisinden doğduğunu göstermektedir. İkincisi ise aradaki farkı belirginleştirmektedir. Cooper'ın bilgi manzaralarında kullanıcı mekânı dışarıdan ve bir ekran aracılığıyla deneyimlemektedir. Sanal gerçeklikte ise kullanıcı mekânın içerisine ışınlanmakta ve bedensel konumu kompozisyonun en temel değişkenine dönüşmektedir.

İkinci öncül, çevresel grafik tasarım ve yönlendirme tasarımı alanıdır. Calori ve Vanden-Eynden (2015), çevresel grafik tasarımı yapılı çevrede bilginin grafik yoluyla iletilmesi olarak tanımlamakta ve alanın kökenlerini kâğıdın icadından öncesine götürmektedir. Yazarların geliştirdiği model, işaretleme sistemini birbiriyle ilişkili üç alt sisteme ayırmaktadır. Bunlar bilgi içeriği sistemi, grafik sistem ve donanım sistemidir. Havaalanları, hastaneler ve müzeler için geliştirilen bu sistemler, grafik tasarımın onlarca yıldır üç boyutlu mekânda bilgi hiyerarşisi kurduğunu göstermektedir. Öncüller birlikte değerlendirildiğinde, sanal gerçekliğin mizanpaj açısından ilk kırılma olmadığı görülmektedir. Buna karşın sanal gerçekliği ayırt eden özellik mekânsallığın doğrudan kendisi değil, bedenlenmiş bakış ve kadraj denetiminin kullanıcıya devredilmesidir.

SANAL GERÇEKLİKTE MEKÂNSAL DENEYİMİN İNŞASI

Yeni Bir Medyum, Yeniden Dolayımlanma ve Mekânsallaşma

Sanal gerçeklik teknolojileri çoğunlukla donanım ve simülasyon çerçevesinde ele alınmaktadır. Görsel kültür açısından ise sanal gerçeklik, kendine özgü estetik ve algısal özelliklere sahip bir medya ortamı olarak değerlendirilmelidir (Subaşi vd., 2025). Steuer (1992), sanal gerçekliği donanım üzerinden değil kullanıcının aracı ortamda hissettiği uzaktan varlık derecesi üzerinden tanımlamayı önermiştir. Bolter ve Grusin'in (1999) yeniden dolayımlanma kuramı bu değerlendirme için elverişli bir tartışma evreni sunmaktadır. Bolter ve Grusin'e göre hiçbir medya ortamı kendinden öncekilerden bağımsız biçimde ortaya çıkmamaktadır. Önceki formları kendi teknik olanakları doğrultusunda yeniden şekillendirmektedir. Bu perspektiften ele alındığında sanal gerçeklikteki tasarım dinamiklerinin kökenleri geleneksel medya biçimlerine dayanmakta-

dır. Tipografi, kompozisyon ve görsel hiyerarşi sanal gerçeklikte varlığını sürdürmektedir. Ancak iki boyutlu yüzeyler yerine üç boyutlu uzamlar içerisinde yeniden anlam kazanmaktadır. Fakat kuramın bu bölüm açısından sınırlılığı, dönüşümün türdeş olduğunu ifade etmesidir. Yeniden dolayımlanma, hangi ögenin ne ölçüde ve hangi yönde yeniden yapılandığını ayırt etmemektedir. Bölümün önerdiği bu farklılaşmış model ise söz konusu boşluğu doldurmaktadır.

Manovich (2001), dijital medyanın ayırt edici özelliklerinden birinin verinin ve arayüzlerin mekânsallaşması olduğunu ifade etmektedir. Geleneksel kültürel formlar iki boyutlu temsil sistemleri üzerinden işlerken, dijital medya ise bu biçimleri devingen mekânsal yapılara dönüştürme kapasitesine sahiptir. Sanal gerçeklikte arayüz, kullanıcının karşısında duran bir iki boyutlu ve sınırlara sahip yüzey olmaktan çıkmakta ve bununla birlikte kullanıcının içerisine ışınlandığı sınırsın üç boyutlu bir evrene dönüşmektedir. Sözü edilen bu dönüşümün mizanpaj açısından doğrudan sonucu, tasarım nesnesi ile kullanıcı arasındaki mesafenin sabit olmaktan çıkmasıdır. Geleneksel medyada kullanıcı tasarıma belirli bir mesafeden bakmakta, sanal gerçeklikte ise mesafe kullanıcının hareketiyle sürekli değişmektedir. Bu bağlamda deneyim öznesinin ontolojisi de değişmektedir. Ölçek ilişkileri, okunabilirlik koşulları ve hiyerarşi böylece devingen değişkenler hâline gelmektedir.

Murray (2017), dijital ortamların kullanıcıyı anlatının içerisine çekme kapasitesini yeni medyanın temel niteliklerinden biri olarak değerlendirmektedir. Ryan (2001) daldırma (immersion) kavramını anlatı deneyiminin merkezine yerleştirmektedir. Slater (2009) ise varlık hissini (presence) tek bir bütün olarak değil iki bileşende ele almaktadır. Mekân yanılsaması (place illusion), kullanıcının orada olmadığını bilmesine karşın başka bir yerde bulunma duygusunu yaşamasıdır. Makullük yanılsaması (plausibility illusion) ise sunulan olayların gerçekten gerçekleştiği izlenimidir. Grau (2003) bu deneyimin tarihsel öncüllerini panorama resimlerine kadar geriye götürmektedir. Belirtilen kavramların mizanpaj açısından önemi doğrudan kullanıcının konumunu dönüştürmektedir. Geleneksel mizanpajda kullanıcı tasarımın dışında bulunmaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisinde ise kullanıcı tasarlanmış çevrenin doğrudan bir bileşeni hâline gelmektedir. Bununla birlikte kullanıcının bedeni, bakış yönü ve konumu tasarımın değişkenleri arasına katılmaktadır.

Kadraj yönetiminin kullanıcıya geçmesi, yönlendirme işlevinin yeni araçlara devredilmesini gerekli kılmaktadır. Bu araçların kesişim kümesi atmosferdir. Böhme (2017), atmosferi nesnelerin çevreye yaydığı ve bedenin doğrudan duyumsadığı bir ayarlanmış mekân olarak tanımlamaktadır. Atmosfer bu tanımda ne yalnızca öznel bir duygu ne de yalnızca nesnel bir çevre özelliğidir. İkisi

arasında konumlanan bir aracıdır. Pallasmaa (2012) ise mimari deneyimin göz merkezli olmadığını bedensel ve çok duyulu bir kavrayışa dayandığını ileri sürmektedir. Bu bölümün katkısı ise atmosferi sanal gerçeklikle ilişkilendirmek değil, atmosferi mizanpajın bir bileşeni olarak konumlandırmaktır. Söz konusu konumlandırmayı destekleyen ampirik bir alanyazın bulunmaktadır. Sinematik sanal gerçeklik araştırmalarında dikkatin örtük biçimde yönlendirilmesi sistematik olarak sınanmıştır. Rothe ve Hußmann (2018) ışık, hareket ve sesi üç yönlendirme yöntemi olarak incelemiş, bakış yönlerinin ısı haritasını elde eden bir ölçüm tekniği geliştirmişlerdir. Bulguları, ses ve hareketin dikkati etkili biçimde yönlendirdiğini göstermektedir. Sheikh ve arkadaşları (2016) işitsel-görsel ipuçlarının yalnızca görsel olanlardan daha etkili olduğunu saptamıştır. Ses, kullanıcının o andaki bakış yönüne daha az bağımlıdır. Nielsen ve arkadaşları (2016) ise yönlendirme yaklaşımlarının bir taksonomisini oluşturmuş, Rothe ve arkadaşları (2019) bu birikimi kapsamlı bir sınıflandırma altında toplamıştır. Bu araştırmaların bölüm açısından en önemli bulgusu, yöntemlerin etkililiği değil denetimin niteliğidir. Nielsen ve arkadaşlarının (2016) çalışmasında, kullanıcının beden yönelimi üzerinde doğrudan denetim kurulmasının varlık hissini olumsuz etkilediğine ilişkin eğilimler gözlenmiştir. Örtük ipucunun daha yardımcı bulunduğuna ilişkin eğilimler gözlenmiş, ancak bu farklar istatistiksel anlamlılığa ulaşmamıştır. Başka bir deyişle sanal gerçeklikte yönlendirme, etkisini katılımcıya zoraki olarak dayatmadığı ölçüde koruyabilmektedir.

Buradan hareketle bölüm, yüzey hiyerarşisi ile mekânsal hiyerarşi arasındaki farkı derece farkı olarak değil tür farkı olarak tanımlamaktadır. Yüzeyde hiyerarşi belirlenimcidir. Okuma sırasını tasarımcı tarafından belirlemektedir. Sanal gerçeklik teknolojisindeki sayısal mekânda ise hiyerarşi olasılıksaldır. Sheikh ve arkadaşlarının (2016) bulguları bu değerlendirmeyi desteklemektedir. Araştırmacılar, yönlendirme ipuçlarının dikkatin istenen bölgeye yöneleceğini güvence altına alamadığını, ancak izleyiciyi anlatı boyunca yönlendirmek için kullanılabildiğini belirtmektedir. Tasarımcı dikkati her ne kadar yönlendirmeyi hedeflese de teknolojisi gereği katılımcı hareketleri kesin olarak yönlendirmek mümkün değildir. Bu bağlamda atmosfer söz konusu bu yönlendirici unsurların önemli bir parçası olmaktadır.

Farklılaşmış Dönüşüm Modeli

Mizanpaj ilkelerinin sanal gerçeklikte tek biçimde davranmadığını görülmektedir. Bu bölümde söz konusu bu farklılaştırma dört kategoride temellen-

dirilmektedir. İlk kategori doğrudan aktarımdır. Bu kategoride kompozisyon, denge, ritim ve ölçek ilişkileri, ortam değişse de algısal işleyişini korumaktadır. Arnheim'ın (1974) betimlediği algısal örgütlenme ilkelerinin, ortamdan bağımsız olarak algı sisteminin kendisine ait olması nedeniyle üç boyutlu uzamda da geçerliliğini sürdürdüğü ifade edilebilir. İkinci kategori ise tür değiştirme olarak tanımlanmaktadır. Kadraj ve görsel hiyerarşi bu kategoride yer almaktadır. Kadraj sanal gerçeklikte ortadan kalkmamaktadır. Başlığın görüş alanı fiziksel bir kadraj oluşturmaktadır. Değişen şey kadrajın sahibidir. Yüzeyde kadrajı tasarımcı belirlerken sanal gerçeklikte kadrajın yönü kullanıcı tarafından denetlenmektedir. Hiyerarşi de benzer biçimde belirlenimcilikten olasılıksallığa geçmekte, yönlendirme işlevi tipografik ve kompozisyonel araçlardan atmosferik araçlara devrolmaktadır. Üçüncü kategori ise direnç olarak tanımlanmaktadır. Bu kategoride tipografi ve yoğun metinsel bilgi mekânsallaşmaya direnmektedir. Bu direnç estetik bir tercihten değil algısal bir kısıttan kaynaklanmaktadır. Sanal gerçeklikte metin okunabilirliği; açısal boyut, mesafe, döndürme açısı ve kontrast oranı gibi değişkenlere bağlıdır. Dingler ve arkadaşlarının (2018) geliştirdiği kılavuz ise metin panolarının kullanıcıdan yaklaşık dört buçuk ile yedi metre arasında konumlandırılmasını, satır genişliğinin otuz dokuz karakteri aşmamasını ve gövde yüksekliğinin her bir metre mesafe için yaklaşık yirmi üç ile otuz yedi milimetre arasında tutulmasını önermektedir.

Gelinen bu noktada sanal gerçeklikte tipografi pratikte kullanıcıya dik konumlanan, sabit açısal boyutta tutulan ve satır uzunluğu sınırlandırılan çözümlere yönelmektedir. Başka bir deyişle mekânsallaşmaya en çok direnen öge, mekânın içerisinde yeniden bir yüzey üretmektedir. Dördüncü kategori ise yeni öge olarak tanımlanmaktadır. Bu kategoride, önceki medya biçimlerinden devralınmayan ve doğrudan sanal gerçeklik ortamına özgü olan mizanpaj araçları yer almaktadır. Kullanıcının kendi bedeninin kompozisyonun bir bileşenine dönüşmesi bu kategorinin başlıca örneğidir. Yeniden dolayımlanma kuramı söz konusu ögenin kaynağını açıklamamaktadır; dolayısıyla bu kategori kuramın açıklayıcı sınırına işaret etmektedir. Farklılaşmış dönüşüm modeli Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1. Mizanpaj ilkelerinin farklılaşmış dönüşümü.

Mizanpaj İlkesi	Geleneksel Yüzey Mizanpajı	Mekânsal Mizanpaj	Dönüşüm Tipi
Kompozisyon, denge ve ritim	Algısal örgütlenme ilkelerine göre kurulur	Algısal örgütlenme ilkelerine göre kurulur	Doğrudan aktarım
Kadraj	Tasarımcı denetimindedir	Kullanıcı denetimine geçer	Tür değiştirme
Görsel hiyerarşi	Okuma sırasını tasarımcı belirler	Olasılıksaldır; tasarımcı dikkati yalnızca eğilimlendirir	Tür değiştirme
Yönlendirme aracı	Ölçek, kontrast, konum ve tipografik farklılaştırma	Işık, ses ve atmosfer	Tür değiştirme
Tipografi	Yüzeyde serbestçe konumlandırılır	Açısal boyut, mesafe ve döndürme açısıyla kısıtlanır	Direnç
Kullanıcının bedeni	Kompozisyonun dışındadır	Kompozisyonun bir bileşenine dönüşür	Yeni öge

VAKA ÇÖZÜMLEMESİ

Yöntem, Vaka Seçimi ve Çözümleme Boyutları

Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve bu yöntem içerisinde ise karşılaştırmalı vaka çözümlemesi kullanılmıştır. Vaka seçimi iki temel ölçüte dayanmaktadır. Birinci ölçüt, yapıtın basılı ya da metinsel bir kaynaktan mekânsal bir deneyime aktarılmış olmasıdır. Bu ölçüt, mizanpaj dönüşümünün karşılaştırılabilmesi için önemlidir. İkinci ölçüt ise seçilen vakaların tasarımcı denetimi boyutunda ayrışmasıdır. Farklılaşmış model, dönüşümün ilkelere göre değiştiğini öne sürmektedir. Modelin sınanabilmesi için denetim düzeyi birbirinden farklı iki vaka gerekmektedir.

Çalışma için belirlenen ölçütler perspektifinde iki VR çalışması vaka

çözümlemesi bölümü için belirlenmiştir. İlki VRwandlung (Goethe-Institut, 2018), kurmaca bir edebî metnin tasarlanmış bir mekâna aktarıldığı ve tasarımcı denetiminin yüksek olduğu vakayı temsil etmektedir. İkincisi Anne Frank House VR (Anne Frank House, 2018) ise belgesel bir mekânın yeniden inşa etme olarak tasarımcı denetiminin düşük olduğu vakayı temsil etmektedir. Çözümleme altı boyutta yürütülmektedir. Bunlar mekân statüsü, kadraj denetimi, yönlendirme aracı, metinsel bilginin konumu, kullanıcı bedeninin kompozisyondaki yeri ve deneyimin fiziksel katmanıdır. Bu boyutlara ek olarak her vakada baskın dönüşüm tipi belirlenmektedir. Tablo 1'de sunulan model, çözümlemenin kuramsal çerçevesini oluşturmaktadır.

VRwandlung: Tasarımcı Denetiminin Yüksek Olduğu Vaka

VRwandlung, Franz Kafka'nın Dönüşüm adlı eserinden hareketle geliştirilen ve Goethe-Institut Prag tarafından üretilen bir mekân enstalasyonudur. Yapıtın yönetmeni Mika Johnson ve yazılım geliştirmesi ise Achtung4k tarafından üstlenilmiştir. Yapıt 2018'den itibaren uluslararası dolaşıma girmiş ve çeşitli Goethe-Institut şubelerinde sergilenmiştir. Eser, kitabın kapak tasarımından uyarlanmamıştır. Deneyimin merkezindeki oda, 1915 yılında Prag Eski Şehir'de bulunan Gregor Samsa'nın odasının aslına sadık bir yeniden kurulumudur. Bu bağlamda dönüşüm hattı kapak görselinden mekâna değil, edebî metinden mekâna uzanmaktadır. Yapıtın mizanpaj açısından ilk dikkat çekici özelliği fiziksel katmanıdır. Deneyim bir uygulama değil bir oda enstalasyonudur. Katılımcı özel bir ayakkabı giymekte ve ardından kulaklık, el hareketi kumandaları ve sanal gerçeklik gözlüğünü takmaktadır. Söz konusu düzenleme, Calori ve Vanden-Eynden'in (2015) donanım sistemi olarak adlandırdığı katmanın sanal gerçeklikteki karşılığını oluşturmaktadır. Mizanpaj burada sadece sanal uzamda değil aynı zamanda fiziksel mekânda da kurulmaktadır. Söz konusu durum, çevresel grafik tasarım geleneğinin sanal gerçeklik çözümlemesine doğrudan aktarılabildiğini göstermektedir.



Şekil 1. VRwandlung VR proje görselleri

Kaynak: https://www.goethe.de/ins/in/de/kul/lak/vrw.html

Erişim tarihi: 27.08.2026

Deneyim mutlak karanlıkta birkaç saniyelik bir bekleyişle başlamaktadır. Ardından bir ışığın belirmesiyle başlamaktadır. Bu başlangıç, geleneksel mizanpajın hiçbir aracına veya aşamasına doğrudan karşılık gelmemektedir. Yüzey tasarımında kompozisyon bir bütün olarak ve eşzamanlı biçimde algılanmaktadır. Buna karşın VRwandlung'da ise mekân zamansal olarak açılmaktadır. Yani iki boyutlu sınırlarla çevrili yüzey tasarımında zaman ve mekân iç içeyken VR deneyiminde ise eş zamanlılık kırılmaktadır. Kullanıcının tercihine göre açı, perpektif, konum, renk ve ışık gibi tasarımın en temel unsurları yeniden belirlenmektedir. Ancak deneyimin başlangıcında henüz yeni evrene ışınlanan katılımcı en düşük denetime sahipken belirli bir zaman sonra yeni ortama alışan ve etkileşimin interaktif olduğunu öğrenen katılımcı neredeyse tüm kontörü eline almaktadır. Söz konusu bu kontrol devri tasarımcının pozisyonunun da değişmesine neden olmaktadır.

Yapıtın en ayırt edici tasarım ögesi aynadır. Katılımcı kendisini ilk kez aynada gördüğünde dönüşümü fark etmektedir. Bu öge, farklılaşmış model açısından öngörülmemiş bir kategoriye işaret etmektedir. Geleneksel mizanpajda kullanıcının bedeni kompozisyonun dışındadır. VRwandlung'da ise beden hem bakışın kaynağı hem de bakışın nesnesi olarak kompozisyonun içerisine alınmaktadır. Yeniden dolayımlanma kuramı bu ögenin kaynağını göstermemektedir. Ayna, önceki medya biçimlerinden aktarılan pasif bir öge değildir. Aksine

ortamın kendisine özgü bir tasarım aracıdır.

Metinsel bilgi bakımından yapıt, direnç kategorisinin en açık örneğini sunmaktadır. Edebî bir metinden uyarlanmış olmasına karşın deneyim, metni mekâna yerleştirmek yerine büyük ölçüde terk etmektedir. Anlatı, tipografik ögeler aracılığıyla değil mekânın kendisi, ses ve bedensel deneyim aracılığıyla aktarılmaktadır. Bu tercih, üçüncü bölümde aktarılan okunabilirlik kısıtlarıyla tutarlıdır. Yoğun metnin sanal gerçeklikte taşınamaması, tipografinin mekânsallaşmaya direncinin en somut göstergesidir.

Anne Frank House VR: Tasarımcı Denetiminin Düşük Olduğu Vaka

Anne Frank House VR, Anne Frank Evi müzesi, Force Field VR ve Oculus iş birliğiyle geliştirilmiş ve 2018 tarihinde yayımlanmıştır. Deneyim yaklaşık yirmi beş dakika sürmekte ve yedi dilde sunulmaktadır. Deneyimin süresi doğrudan kullanıcı tercihlerine göre değişmektedir. Eserin mekanının verisinin olması çözümlemenin en belirleyici özelliğidir. Ancak söz konusu bu referans veri sadece basit bir kopyalama ilişkisi değildir. Müzedeki gerçek Arka Ev boştur. Mobilyalar, saklananların tutuklanmasının ardından Nazi emriyle kaldırılmış ve Otto Frank odaların boş bırakılmasını istemiştir. Sanal gerçeklik uygulaması ise mekânı saklanma dönemindeki döşenmiş hâliyle yeniden kurmaktadır. Yani mekân üç boyutlu görsellerle sanal ortamda yeniden tasarlanmıştır. Söz konusu tersine çevirme mizanpaj ölçütleri açısından değerlidir. Çünkü müzedeki bahsedilen boşluk küratöryel kararı olabilir ancak aynı zamanda söz konusu bu durum yokluğu görünür kılan bir düzenlemedir. Sanal gerçeklik uygulaması bu kararı tersine çevirmekte ve fiziki evrenin bilinçli olarak eksiltişini sanal olarak tamamlamaktadır. Bu bağlamda eser fiziksel mekânın bir kopyası değildir. Fiziksel mekâna karşın sanal bir mizanpaj tasarımıdır. Bu bağlamda mekânsal mizanpaj sadece fiziki ortamın sanal evrene aktarılması değil aksine yeniden bir kurulumdur.



Görsel 2. Anne frank house VR proje görselleri.

Kaynak: *https://www.meta.com/en-gb/experiences/anne-frank-house-vr/1958100334295482/* ***Erişim tarihi:*** *27.08.2026*

Yönlendirme araçları bakımından eser, tasarımcı denetiminin düşük olduğu bir örneklemdir. Çünkü mekânın evreni tarihsel olarak sabittir. Bu bağlamda dikkat yönetimi, tasarımcının kurguladığı düzenlemelerden çok mekânın kendi kısıtlarından doğmaktadır. Dar koridorlar, alçak tavanlar ve odaların dizilimi kullanıcı deneyimini doğrudan belirlemektedir. Buna karşılık atmosferik katman tasarlanmıştır. Ses tasarımı sürecinde mekânda çift kanallı kayıtlar yapılmış ve döneme ait tramvay sesleri ile sirenleri kaydedilmiştir. Anlatı katmanında günlükten alıntılar mekâna eşlik etmekte, toz parçacıkları ise sakinlerin yokluğunu duyulur kılmaktadır.

İki vaka, altı çözümleme boyutunda Tablo 2'de karşılaştırılmaktadır. Geleneksel yüzey mizanpajı ile karşıtlık Tablo 1'de sunulduğundan, tablo yalnızca iki sanal gerçeklik vakasının kendi aralarındaki farklılaşmasını göstermektedir.

Tablo 2. Sanal gerçeklik projelerinin karşılaştırmalı çözümlemesi.

Çözümleme boyutu	VRwandlung (2018)	Anne Frank House VR (2018)
Mekân statüsü	Kurmaca metinden üretilmiş tasarlanmış mekân	Belgesel kaynaklı rekonstrüksiyon; müzedeki boşluğun tersine çevrilmesi
Kadraj denetimi	Açılışta tasarımcıda, ardından kullanıcıya devredilmekte	Kullanıcıda
Yönlendirme aracı	Kurgulanmış ışık, ses ve zamansal açılış	Mekânın kendi geometrisi; tasarlanmış ses ve anlatı katmanı
Metinsel bilginin konumu	Büyük ölçüde terk edilmiş	İkincil; alıntılar sesle taşınmakta
Kullanıcı bedeni	Kompozisyonun içinde (ayna)	Kompozisyonun içinde, ancak temsil edilmemekte
Fiziksel katman	Oda enstalasyonu; algılayıcılı terlik, kumanda ve kulaklıkla donatılmış katılımcı	Ev tipi başlık; fiziksel mekân düzenlemesi yok
Baskın dönüşüm tipi	Tür değiştirme, direnç ve yeni öge	Tür değiştirme; sınırlı doğrudan aktarım

Tablo 2, dört bulguyu göstermektedir. İlki, her iki vakada da metinsel bilgi birincil taşıyıcı olmaktan çıkmaktadır. Bu, direnç kategorisinin çözümlemedeki karşılığıdır. İkincisi, yönlendirme aracı her iki vakada da atmosferik katmana kaymaktadır. Ancak bu katmanın kaynağı farklılaşmaktadır. Örneğin VRwandlung'da atmosfer tasarlanmakta fakat Anne Frank House VR'da ise büyük ölçüde mekândan devralınmaktadır. Üçüncüsü ise kullanıcı bedeninin kompozisyona dâhil olması her iki vakada da gerçekleşmekte fakat yalnızca VRwandlung'da tasarım ögesi olarak kullanılmaktadır. Dördüncüsü, deneyimin fiziksel katmanı yalnızca VRwandlung'da tasarımın bir bileşenidir. Söz konusu katman, çevresel grafik tasarım geleneğindeki donanım sisteminin sanal gerçeklikteki karşılığını oluşturmakta ve mekânsal mizanpajın sanal uzamla sınırlı olmadığını göstermektedir.

SONUÇ

Bu bölüm, mizanpaj ilkelerinin sanal gerçeklikte geçirdiği dönüşümü irdelemiştir. Elde edilen bulgular dönüşümün ilkeler arasında eşit dağılmadığını göstermiştir. Kuramsal tartışma ise şu üç sonucu görünür kılmıştır. İlki, mizanpajın mekânsallaşması sanal gerçeklikle başlamamıştır. İkincisi, kadraj sanal gerçeklikte ortadan kalkmamakta sahibi değişmektedir. Üçüncüsü ise görsel hiyerarşi belirlenimci bir yapıdan olasılıksal bir yapıya geçmektedir. Vaka çözümlemesi ise kuramın öngörmediği üç bulgu üretmiştir. Bunların ilki, tipografinin mekânsallaşmaya direncidir. Her iki vakada da metinsel bilgi birincil taşıyıcı olmaktan çıkmış anlatı yükü mekâna ve sese devredilmiştir. Bu direnç, algısal okunabilirlik kısıtlarıyla açıklanmakta ve mizanpajın yüzeyden mekâna genişlediği yönündeki yaygın savı sınırlandırmaktadır. Mekânsallaşmaya en çok direnen öge, mekânın içerisinde yeniden bir yüzey üretmektedir. İkinci bulgu, kullanıcı bedeninin kompozisyona dâhil olmasıdır. VRwandlung'da aynanın üstlendiği işlev, yeniden dolayımlanma kuramının açıklayamadığı bir tasarım aracına işaret etmektedir. Beden, önceki medya formlarından devralınan bir öge değil, ortamın kendisine özgüdür. Söz konusu bu bulgu, sanal gerçekliğin yalnızca eski formları yeniden yapılandırmadığını aynı zamanda yeni mizanpaj ögeleri ürettiğini göstermektedir. Üçüncü bulgu, atmosferik yönlendirmenin kaynağının tasarımcı denetimine göre farklılaşmasıdır. Her iki vakada da yönlendirme işlevi atmosferik katmana kaymaktadır. Ancak VRwandlung'da bu katman bütünüyle tasarlanmakta, Anne Frank House VR'da ise büyük ölçüde verili mekândan devralınmaktadır. Elde edilen bulgular tasarımcının rolü açısından değerlendirildiğinde bu dönüşüm bir yer değiştirmeden çok bir yetki kaybını içermektedir. Sanal gerçeklikte tasarımcı, kullanıcıya neyi hangi sırayla göreceğini dikte edememektedir. Bunun yerine atmosferik araçlarla dikkati eğilimlendirmekte, sonucu ise güvence altına alamamaktadır. Yönlendirme ipuçlarının dikkatin istenen noktaya yöneleceğini güvence altına alamadığı, buna karşılık izleyiciyi anlatı boyunca yönlendirmek için kullanılabildiği yönündeki bulgu (Sheikh vd., 2016), söz konusu yetki kaybının teknik bir sınırlılık olmaktan çok ortamın kurucu bir özelliği olduğuna işaret etmektedir.

Bu bölümde çözümleme iki vaka ile sınırlıdır ve bölüm kullanıcı verisi içermemektedir. Atmosferik yönlendirmenin etkililiğine ilişkin bilgiler ise mevcut ampirik alanyazına dayanmaktadır. Ancak bölüm kapsamında bağımsız olarak sınanmamıştır. Farklılaşmış modelin geçerliliği, bakış davranışı ölçümü, göz izleme ve karşılaştırmalı kullanıcı deneyimi çalışmalarıyla sınanmalıdır. Özellikle direnç kategorisi, tipografik okunabilirlik ölçümleriyle doğrudan test edilebilecek niteliktedir.

Bulgular, kompozisyon, denge ve ritim gibi ilkelerin ortam değişse de algısal işleyişini koruduğunu göstermektedir. Buna karşılık, kadraj ve görsel hiyerarşinin dönüştüğü, tipografinin algısal kısıtlar nedeniyle mekânsallaşmaya direndiği görülmektedir. Kullanıcının bedeni ise kompozisyonun bir katmanına dönüşerek sanal evrene özgü yeni bir mizanpaj ögesi oluşturduğu görülmektedir. Sonuç olarak bulgular, geleneksel mizanpaj ilkelerinin sanal gerçeklikte bütüncül biçimde dönüşmediğini fakat yaygın biçimde kullanılan genişleme kavramının da dönüşümü yeterince ifade edemediğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Anne Frank House. (2018). *Anne Frank House VR* [Sanal gerçeklik deneyimi]. Force Field VR ve Oculus. https://www.annefrank.org/en/about-us/what-we-do/publications/anne-frank-house-virtual-reality/

Arnheim, R. (1974). *Art and visual perception: A psychology of the creative eye*. University of California Press.

Bağcı, N. S., & Işık, A. (2025). *Görsel tasarım açısından genişletilmiş gerçeklikte kullanıcı arayüzü ve deneyimi*. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, *35* (20. Yıl Armağan Sayısı), 279–307. https://doi.org/10.18603/sanatvetasarim.1544491

Baran, H. (2021). Üç boyutlu konsept tasarım ve animasyonun sanal gerçeklik uzamındaki uygulama yöntemleri (Tez No. 693098) [Sanatta yeterlik tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.

Böhme, G. (2017). *Atmospheric architectures: The aesthetics of felt spaces*. Bloomsbury Academic.

Calori, C. & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and wayfinding design: A complete guide to creating environmental graphic design systems* (2. baskı). Wiley.

Dingler, T., Kunze, K. & Outram, B. (2018). *VR reading UIs: Assessing text parameters for reading in VR*. *Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–6. https://doi.org/10.1145/3170427.3188695

Geçkalan, M. B. ve Toy, E. (2026). *Karma gerçekliğin reklamcılık sektöründe kullanımı*. *Kesit Akademi*, (47), 344–367. https://doi.org/10.29228/kesit.94636

Goethe-Institut. (2018). *VRwandlung* [Sanal gerçeklik enstalasyonu; yön. Mika Johnson]. Goethe-Institut Prag. https://www.goethe.de

Grau, O. (2003). *Virtual art: From illusion to immersion*. MIT Press.

Kalbak, I. M. (2025). *Geleneksel çocuk kitaplarının sanal gerçeklik teknolojisiyle yeniden tasarlanması* (Tez No. 976820) [Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Kalbak, I. M. & Kurtcu, F. (2026). *VR technology enriched children's books*. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, *16* (1), 131–143. https://doi.org/10.7456/tojdac.1797631

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3. baskı). Routledge.

Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, and students* (2. baskı). Princeton Architectural Press.

Lupton, E. & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics* (2. baskı). Princeton Architectural Press.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Meggs, P. B. & Purvis, A. W. (2006). *Meggs' history of graphic design* (4. baskı). John Wiley & Sons.

Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace* (Genişletilmiş baskı). MIT Press.

Müller-Brockmann, J. (1996). *Grid systems in graphic design: A visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers*. Niggli.

Nielsen, L. T., Møller, M. B., Hartmeyer, S. D., Ljung, T. C. M., Nilsson, N. C., Nordahl, R. & Serafin, S. (2016). *Missing the point: An exploration of how to guide users' attention during cinematic virtual reality*. *Proceedings of the 22nd ACM Conference on Virtual Reality Software and Technology*, 229–232. https://doi.org/10.1145/2993369.2993405

Pallasmaa, J. (2012). *The eyes of the skin: Architecture and the senses* (3. baskı). John Wiley & Sons.

Reinfurt, D. & Wiesenberger, R. (2017). *Muriel cooper*. MIT Press.

Rothe, S. & Hußmann, H. (2018). *Guiding the viewer in cinematic virtual reality by diegetic cues*. In: De Paolis, L., Bourdot, P. (eds) *Augmented Reality, Virtual Reality, and Computer Graphics*. AVR 2018. Lecture Notes in Computer Science, vol 10850. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95270-3_7

Rothe, S., Buschek, D. & Hußmann, H. (2019). *Guidance in cinematic virtual reality-taxonomy, research status and challenges*. *Multimodal Technologies and Interaction*, *3*(1), 19. https://doi.org/10.3390/mti3010019

Ryan, M. L. (2001). *Narrative as virtual reality: Immersion and interactivity in literature and electronic media*. Johns Hopkins University Press.

Samara, T. (2017). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop* (2. baskı). Rockport.

Sheikh, A., Brown, A., Watson, Z., & Evans, M. (2016). *Directing attention in 360-degree video*. In IBC 2016 conference (p. 29). Stevenage UK: IET. https://doi.org/10.1049/ibc.2016.0029

Slater, M. (2009). *Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments*. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, *364*(1535), 3549–3557. https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0138

Steuer, J. (1992). *Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence*. *Journal of Communication*, *42*(4), 73–93. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x

Subaşi, K., Parsa, A., & As, E. (2025). *A new form of cinema with virtual reality technology: VR film*. *Disiplinlerarası Yenilik Araştırmaları Dergisi*, *5*(2), 154–169. https://doi.org/10.56723/dyad.1677487

Tschichold, J. (2006). *The new typography: A handbook for modern designers* (R. McLean, Çev.). University of California Press.

Tufte, E. R. (1990). *Envisioning information*. Graphics Press.

6. BÖLÜM

GENİŞLETİLMİŞ GERÇEKLİK ORTAMLARINDA AKILLI TİPOGRAFİ: KURAMDAN TASARIM UYGULAMASINA

Dr. Öğr. Üyesi Onur AŞKIN
Doğuş Üniversitesi
Sanat ve Tasarım Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü
oaskin@dogus.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-1928-474X

Prof. Dr. Çetin TÜKER
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
İletişim Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü
https://orcid.org/0000-0002-5621-4804

GİRİŞ

Tipografi, matbaadan bu yana büyük ölçüde sabit yüzeyde düzenlenen, okunabilirlik, hiyerarşi, punto ve boşlukla tanımlanan bir pratik olarak kavranmıştır. Genişletilmiş gerçeklik (extended reality, XR) ile bu dilin sınırları esnemiştir (Aşkın, 2023). Tipografi artık yalnızca durağan bir işaret olmak zorunda değildir; mesafe, baş yönelimi, kontrolcü hareketi, çarpışma olayı ve konum gibi girdilerle çalışma sırasında güncellenen bir sistem olarak da tasarlanabilir.

Bu bölüm, mekânsal, hesaplamalı ve uyarlanabilir tipografiyi XR bağlamında birlikte ele alan bir çerçeve önerir. Mekânsal tipografi harfin üç boyutlu konumlanmasını tartışırken (Small vd., 1994; Ayiter, 2012), algoritmik ve parametrik tasarım yaklaşımlarından hareketle hesaplamalı tipografi burada formun kural ve parametrelerle üretimi açısından ele alınmaktadır (Terzidis, 2004; Ox-

man, 2017). Değişken yazı karakteri belirtimleri parametre değişimini teknik olarak mümkün kılar (Microsoft, 2024). Katkı, sensör tabanlı değişimi ilk kez önermek değil; XR'da mekânsal ilişki, görev ve iletişim amaçlarını ortak bir çerçevede değerlendirmektir. Bu ilişkiler "Akıllı Tipografi" olarak adlandırılır.

Bu bölüm, Onur Aşkın'ın Prof. Dr. Çetin Tüker danışmanlığında MSGSÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı'nda tamamladığı *"Karma gerçeklik teknolojilerinde tipografinin zaman, mekân, hareket ve etkileşim bağlamında incelenmesi ve bir uygulama örneği"* adlı sanatta yeterlik tezinden üretilmiştir (Aşkın, 2023). Tezdeki tasarım örnekleri ve teknoloji demosu zaman–mekân–hareket–etkileşim eksenleriyle bölümün temelini oluşturur. Bu bölümde malzeme, tanım, bileşen ilişkileri ve ilkeler yeniden ele alınır; öğrenme ve profil temelli kişiselleştirme demonun kapsamı dışındadır.

Bölüm üç odağa ayrılır:

- Kavramsal kapsam: XR burada hangi deneyim türlerinin üst terimidir ve Akıllı Tipografi mekânsal, hesaplamalı, uyarlanabilir veya etkileşimli tipografiden hangi ölçütlerle ayrılır?
- Türetim: Bileşenler tez örneklerinden nasıl türetilmiştir?
- Örneklenme: Arboretum VR demosu hangi mekanizmaları teknik olarak gösterir ve hangi sonuçlar çıkarılamaz?

1. ALANYAZIN

1.1. Tipografik yaklaşımların dönüşümü

Akıllı tipografinin gerekçesi yaklaşımların öne çıkardığı tasarım sorularında görülür. Statik, dijital, mekânsal ve hesaplamalı pratikler birbirini dışlayan dönemler değil; aynı sistemde birlikte bulunabilen, örtüşen yaklaşımlardır. XR bu varsayımları mesafe, yönelim, jest ve çevre girdileriyle genişletir (Aşkın, 2023).

Sabit yüzeyde düzenlenen tipografide okunabilirlik, hiyerarşi ve görsel düzen temel tasarım sorunları arasındadır; yazı karakteri özellikleri ile okunabilirlik arasındaki ilişki ayrıca ele alınmıştır (Bigelow, 2019). Dijital pratikte metnin farklı yüzeylerde yeniden düzenlenmesi öne çıkar. Mekânsal tipografi, harfi üç boyutlu ortamın bir parçası hâline getirir (Small vd., 1994; Ayiter, 2012). Algoritmik ve parametrik tasarım yazınından hareketle, hesaplamalı tipografi burada formun kural ve parametrelerle üretimi açısından ele alınmaktadır (Terzidis, 2004; Oxman, 2017); bu aktarım bütün alanın yalnızca form ürettiği anlamına gelmez. Akıllı Tipografi bu hatların XR kesişiminde önerilen analitik bir çerçevedir.

Tablo 1 bu tartışmayı düzenler; evrensel bir tarihsel sınıflandırma değildir ve satırlar birbirini dışlamaz. Kinetik tipografi zaman içinde değişebilir; çoğu örnekte önceden kurgulanmış bir animasyon olarak yer alır. Akıllı Tipografi değişimi kullanıcı–metin–mekân verisine bağlar: yazı ağırlığının mesafeyle artması, baş yönelimine göre hizalanma veya çarpışma sonrası dağılma, bağlamsal uyarlanma ve olay tepkisi (Aşkın, 2023).

Tablo 1. Tipografik yaklaşımların temel sorusu ve öne çıkan tasarım odağı

Yaklaşım	Temel soru	Öne çıkan odak
Statik	Okunabilirlik ve düzen nasıl sağlanır?	Sabit yüzeyde hiyerarşi ve ayırt edilebilirlik
Dijital	Metin farklı yüzeylerde nasıl düzenlenir?	Ekran ve akışa uyum
Mekânsal	Harf mekânda nasıl konumlanır?	3B konum ve yönelim
Hesaplamalı	Form kural ve algoritmayla nasıl üretilir?	Parametrik üretim
Akıllı Tipografi	Bağlam nasıl algılanır ve davranışa nasıl dönüşür?	Girdi–görev–durum ilişkisi

1.2. Genişletilmiş gerçeklikte tipografi neden değişir?

Bu bölümde XR, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve karma gerçeklik (MR) uygulamalarını kapsayan üst terimdir (Fast-Berglund vd., 2018; Alizadehsalehi vd., 2020; Billinghurst, 2021). Kuramsal tartışma bu üst kapsamda, uygulama kanıtı ise Arboretum'u temsil eden sanal açık hava sahnesinin VR başlığıyla deneyimlenmesindedir (Aşkın, 2023, s. 173–175). Çerçevenin kapsayabileceği girdiler göz takibi, el takibi ve çevresel algılamayı içerir. Bu uygulamada kullanılan girdiler başlık konumu/yönelimi, kontrolcü, sahne içi mesafe ve tetikleyici bölge girişidir. Gabbard vd. (2006) ve Gattullo vd. (2015) fiziksel açık hava AR ortamında kontrast ve aydınlatmayı tartışır (Azuma, 1997); sanal sahnedeki sayısal malzeme ise aynı kanıt türü değildir.

XR tipografiyi üç bakımdan zorlar: girdi çeşitliliği; duruma göre hiyerarşi; metnin fiziksel bir yüzeye bağlanma zorunluluğunun azalması ve buna bağlı olarak yüzen etiket (floating label) riski. Uzak/yakın bilgi katmanı bu bölümün

tasarım kararıdır. Sawyer vd. (2020) karmaşık zeminlerde bakışla okunabilirliği inceler; Dingler vd. (2018), Büttner vd. (2020) ve Kojić vd. (2020) VR'da mesafe, yönelim ve metin özelliklerinin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Problem, sinyallerin anlamlı davranışa nasıl bağlanacağıdır.

1.3. Akıllı Tipografi Kavramsal Çerçevesi

Akıllı Tipografi, mevcut bir uygulamanın etiketi değil; XR'da tipografik iletişimi yeniden tanımlayan bir çerçevedir. Bu bölümde şöyle tanımlanır:

> *XR bağlamında Akıllı Tipografi, kullanıcı–metin–mekân verilerini tanımlı bir görev doğrultusunda işleyerek tipografik biçim, sunum veya etkileşim durumunu çalışma sırasında güncelleyen sistemleri ifade eder.*

Asgari kapsam koşulları: girdinin alınması; görevle ilişkilendirilmesi; tipografik durumun değişmesi; değişimin iletişim amacına bağlanmasıdır. Kullanıcı girdisinden bağımsız olarak dönen yazı kinetik tipografiye; konuma göre bilgilendirme görevi için sunumu değiştiren yazı ise önerilen kapsama örnektir. Demoda mesafe/bölge girdisi, yön bulma görevi, ağırlık/görünürlük durumu ve iletişim amacı bu koşullarla ilişkilendirilir. Öğrenme ve kişiselleştirme isteğe bağlıdır; asgari kapsam için zorunlu değildir.

Tablo 2. Seçilmiş yakın çalışmalar ve bu bölümün önerisi

Çalışma	Ortam / veri / özellik	Sınama / bu bölümle ilişki
Bragg vd. (2016)	Ekran; bulanık/küçük görüntü; alternatif harf	Kullanıcı çalışması; sensör uyarlaması değil
Huelves ve Marco (2021)	Arayüz; sensör + değişken font; model akışı	Prototip tartışması; en yakın öncül
Kadner vd. (2021)	Okuma; kişiye göre font üretimi	Optimizasyon çalışması; kişiselleştirme hattı
Chen vd. (2026)	Mobil; durumsal bağlam; font parametreleri	Kullanıcı çalışması; XR'a özgü değil
Bu bölüm	XR/VR; mekân–görev–davranış	Kuramsal çerçeve + teknoloji demosu

Tablo 2 kapsamlı bir tarama değil; seçilmiş çalışmalar üzerinden ortam, bağlamsal veri, değişen tipografik özellik ve sınama türü bakımından analitik

bir ayrım sunar. Bragg vd. (2016) "smartfont"un otomatik sensör uyarlanmasının olmadığını gösterir. Huelves ve Marco (2021) sensör verisi, değişken tipografi ve model akışını birlikte tartışan yakın bir öncüldür. Kadner vd. (2021) kişiye göre okunabilirliği; Chen vd. (2026) mobil durumsal uyarlamayı ele alır. Bu bölüm, XR'da mekânsal ilişkiyi, görevi ve iletişimsel davranışı ortak bir çerçevede düzenleyerek bu hattı genişletir.

Tipografi, XR'da pasif bir temsil olmanın yanı sıra girdiye göre durum değiştiren bir nesne gibi davranabilir; "çevresel aktör" burada işlevsel bir betimlemedir. Sağlarlıkta (affordance) eylem olanağı, önceden sunulan ipucu ve eylem sonrası geri bildirim ayrılır (Gibson, 1977, 1979; Norman, 1988, 1999). Çarpışma, dağılma etkileşiminin sonucunu gösterir; tutulabilirliği tek başına kanıtlamaz (Withagen vd., 2012). "Akıllı", bilinç değil, bağlamsal duruma göre güncelleme kapasitesidir.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Amaç, XR'da tipografinin yalnızca taşınmış bir grafik unsur olmadığını, girdi alan, uyum sağlayan ve iletişimsel amaçla tasarlanabilen bir sistem olarak da okunabileceğini tartışmaktır. Çıktılar şunlardır: tanım ve asgari kapsam, katmanlı model ve 10 ilke. Uygulama katmanı Arboretum teknoloji demosudur.

Çalışma tasarım yoluyla araştırma olarak konumlanır (Zimmerman vd., 2007). 2020–2023'te tez kapsamında altı pilot ve teknoloji demosu üretilmiş; bu bölümde pilot anlatıları, teknik açıklamalar ve demo çıktıları geriye dönük olarak çözümlenerek girdi–karar–çıktı ilişkileri ortak bileşenlere dönüştürülmüştür. Örneğin, dördüncü pilotta tetikleyici kutuya girişte metin renginin ve ağırlığının değişmesi gözlemi, modeldeki uyarlanma bileşenine bağlanmıştır (Aşkın, 2023, s. 155–160). Deneyim VR başlığıyla: geliştirmede HTC Vive Pro, deneyimlemede Oculus Quest 1 (Aşkın, 2023, s. 173–175). Blender, Twinmotion ve Unreal Engine kullanılmıştır. Tipografiler Text 3D eklentisiyle sahneye eklenir; yaklaşıldığında görünen ağırlık artışı, Blueprint'in Text 3D yazı karakteri ağırlık parametresini güncellemesiyle sağlanır (extrude/ölçek ile aynı işlem değildir; OpenType ekseni doğrudan sürülmez). Fizik motoru girdi değil, olay simülasyonu altyapısıdır. Kontrollü kullanıcı çalışması yoktur.

Tablo 3. Altı pilotun envanteri ve modele katkısı (Aşkın, 2023)

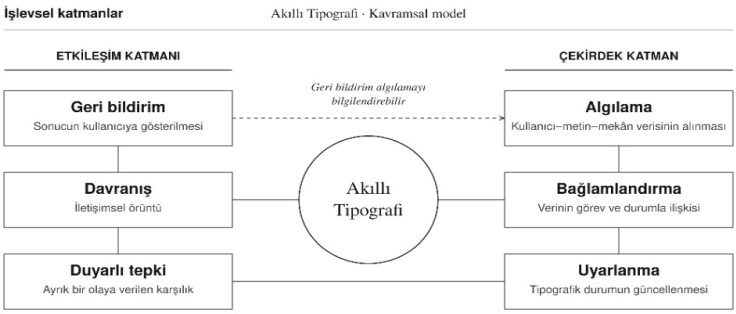
Pilot (tez)	Ortam / girdi / araç	Gözlenen mekanizma → modele katkı
1. Sergi (2020)	VR; Oculus Quest 1	Problem tanımı (s. 131) → bağlama duyarlılık
2. GTAUM (Grafik Tasarım Araştırma ve Uygulama Merkezi) (2020)	Baş yönelimi	Hizalanma (s. 141) → uyarlanma
3. VR parametre (2021)	Unreal 4.26 (bu pilot)	Parametre/okunabilirlik gözlemi (s. 148–154) → okunabilirlik bağlamı; yeniden istatistiksel çözümleme yok
4. Konum / zaman (2021)	Tetikleyici bölge; sanal zemin rengi	Kontrast/ağırlık (tezdeki Şekil 6.34) → uyarlanma
5. Arboretum sahnesi (2021)	Sanal açık hava; mesafe	Sahne altyapısı (tezdeki Şekil 6.39); son demoya taşınır
6. Etkileşim / son demo (2023)	Kontrolcü; çarpışma; Niagara aracı	Çarpışma+Niagara; alma/toplama Blueprint (s. 167–171; Şekil 7.7) → duyarlı tepki, geri bildirim

Tezin yöntemi altı pilot çalışma ile Atatürk Arboretumu teknoloji demosundan oluşur; Tablo 3'teki örnekler bu altı pilotun tamamıdır (Aşkın, 2023). Dördüncü pilotta sanal zemin rengi ve konumu, tasarımcı tarafından tanımlanan geçiş koşulu olarak metin rengi/ağırlık kararına bağlanır (s. 155–160). Altıncı pilotta Niagara partikül temsilindeki tipografiye çarpışma (collision) uygulanır; demoda ayrıca kontrolcüyle harf alma/toplama Blueprint'i de vardır (s. 167–171; Şekil 7.7). Bu eşleştirmeler, pilot mekanizmalar ile önerilen bileşenler arasındaki yorumlama sürecini görünür kılar.

3. KURAMSAL MODEL VE UYGULAMA

3.1. Akıllı Tipografinin Bileşenleri

Model, pilotlarda tekrar eden mekanizmaların bu bölümde yeniden düzenlenmesidir. İki işlevsel katman (çekirdek ve etkileşim) ile isteğe bağlı ileri kapasiteler (öğrenme, kişiselleştirme) birlikte ele alınır. Şekil 1 kavramsal ilişkidir; zorunlu yazılım sırası değildir. Öğrenme ve kişiselleştirme demo'da yoktur.



Şekil 1. Akıllı Tipografi modeli: iki işlevsel katman (etkileşim ve çekirdek). Kesik çizgi geri bildirimin algılamayı bilgilendirebileceğini gösterir. ***Kaynak:*** *Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.*

Algılama, veri almayı; bağlamlandırma ise verilerin tanımlı görev ve durumlarla ilişkilendirilmesini ifade eder (ör. belirli bir mesafe aralığı = yakın bilgi bölgesi). Uyarlanma, bağlamsal değişime bağlı olarak parametrelerin sürekli olarak veya önceden tanımlanmış durumlar arasında güncellenmesidir (Huelves ve Marco, 2021).

Duyarlı tepki, ayrık bir olaydan sonra başlayan karşılıktır; bölgeye giriş hem durum güncellemesi hem de olay tepkisi olabilir. Davranış iletişimsel örüntüdür. Ju ve Takayama (2009), yaklaşılabilirlik jesti için kavramsal bir benzetme kaynağıdır. Geri bildirim sonucu kullanıcıya görünür hâle getirir.

Demoda eşikler önceden belirlenmiştir; geçmişten otomatik olarak güncellenmez. Yaklaşınca ağırlık artışı uyarlanma; çarpışınca dağılma duyarlı tepki; rota metni davranış örneğidir. Çekirdeği karşılamayan bir uygulama, kinetik/etkileşimli mekânsal tipografi olabilir; ancak asgari kapsamı karşılamaz.

3.2. Tasarım İlkeleri

On ilke, stüdyo kararları için normatif bir öneridir (Tablo 4); kural kitabı veya doğrulanmış bir ölçek değildir. Her ilke için dayanak ve uygulama duru-

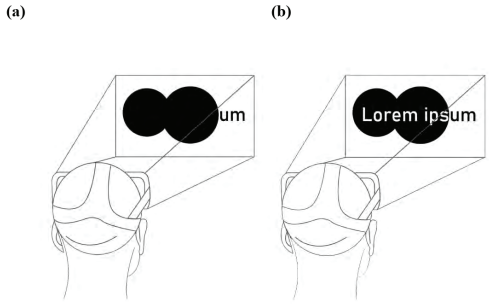
mu ayrı ayrı belirtilmiştir. Dört soru başlangıç rehberidir: Hangi bağlam, hangi sinyal, hangi geri bildirim ve okunabilirlik ile mekânsallık bozuluyor?

Tablo 4. On tasarım ilkesi, kontrol sorusu ve uygulama durumu

İlke	Kontrol sorusu	Dayanak / durum
Bağlama duyarlılık	Girdi, tanımlı iletişim göreviyle nasıl ilişkilendiriliyor?	Pilot 1–2 gözlemi; sergi ve yön bulma ayrı senaryolar (raporlandı)
Uyarlanabilirlik	Hangi parametre hangi girdiye bağlı?	Pilot 2/4/demo; mesafe/ bölge → ağırlık, renk (raporlandı)
Okunabilirlik	Değişimde harf ayırt edilebiliyor mu?	4. pilot şema; ölçüm yok (tasarım hedefi)
Mekânsallık	Metin neye sabitleniyor ve ne zaman yöneliyor?	2. ve 4. pilot: baş yönelimi (raporlandı)
Davranış üretme	Hareket ne işe yarıyor?	Demo rota; başarı ölçülmedi (tasarım hedefi)
Gerçek zamanlılık	Güncelleme etkileşim akışını destekleyecek sürede gerçekleşiyor mu?	Çalışma anında güncelleme; gecikme ölçülmedi
Geri bildirim	Sonuç hangi işaretten anlaşılır?	Seçilen/alınan harfte görsel onay (raporlandı)
Süreklilik	Sınır çevresindeki küçük hareketler gereksiz ve sık sık durum değişimi yaratıyor mu?	Anlaşılır geçiş hedefi; ölçüm yok (tasarım hedefi)
Kişiselleştirme	Tercih veya profil kaydı var mı?	İleri öneri; demoda yok
Duyarlı tepki	Hangi olay hangi yanıtı tetikler?	Çarpışma+Niagara etkileşimi; seçim/alma Blueprint (s. 167–171) (raporlandı)

3.3. Modelin Teknoloji Demosunda Operasyonelleştirilmesi

Algılama ve uyarlanma mesafeye bağlı olarak ağırlık ve renkle görünür; amaç vurgu ve ayrışmadır. Tezdeki uygulamada metinler, tetikleyici kutular (Trigger Box) ile belirli bir alana girildiğinde güncellenir; kullanıcı yaklaştıkça yazı karakterinin ağırlığı artar (Aşkın, 2023, s. 160–161). Yönelime bağlı hizalanma ve uyarlanma; çarpışma sonrası Niagara tabanlı değişim ile kontrolcüyle harf alma ise duyarlı tepkiyi örnekler (s. 167–171). Şekil 2 benzer renk nedeniyle ayrışma kaybını ve yerel renk uyarlamasını şematik olarak gösterir. Şekil 3 tek bir durumdur; dinamik değişim tez anlatımında açıklanır.



Şekil 2. Dördüncü pilot: arka plan–metin kontrastının şematik gösterimi. (a) Benzer renk nedeniyle ayrışmanın azalması; (b) yerel renk uyarlaması. ***Kaynak:*** *Aşkın'dan (2023, Şekil 6.34) uyarlanmıştır.*



Şekil 3. Arboretum demosunda mekâna yerleştirilen tipografik bilgi katmanı: tek durum. Etiketler örnek içeriktir. ***Kaynak:*** *Aşkın'dan (2023, Şekil 6.39) uyarlanmıştır.*

Rota işaretleme ve mesafeye göre açılan katmanlar davranış örnekleridir; kullanıcıların hedefi bulup bulmadığı ölçülmemiştir. Demoda yönelime bağlı hizalanma ve uyarlanma örneğidir. Altıncı pilot ve demoda çarpışma (col-

lision), Niagara partikül tipografisinin çevre/kullanıcı ile etkileşimini yönetir; harflerin alınması/toplanması ise ayrı bir Blueprint etkileşimidir (Aşkın, 2023, s. 167–171; Şekil 7.7). Niagara araçtır; girdi değildir. Demo seçilen bileşenlerin teknik örneğidir; genellenebilirlik iddiası taşımaz.

3.4. Dört Boyutlu Model ile İlişkisi

Tez zaman, mekân, hareket ve etkileşim eksenlerini merkeze alır. "Dört Boyutlu Mekânsal Tipografi Modeli" adı bu bölümde analitik eksenler için kullanılır; matematiksel boyut kastedilmez. Dört eksen tipografik deneyimin hangi boyutlarda incelendiğini, Akıllı Tipografi çerçevesi ise bağlamsal girdinin tipografik duruma nasıl dönüştüğünü açıklamak için birlikte kullanmaktadır (Tablo 5). Aynı mesafe duyarlı ağırlık değişimi zaman, mekân, hareket ve etkileşim açısından birlikte okunabilir.

Tablo 5. Eksenlerin önerilen çerçeveyle örnek ilişkileri

Eksen	Örnek ilişki	Kanıt kaynağı
Zaman	Çalışma sırasında durum güncelleme	Demo/tez: bölge girişinde ağırlık–renk (s. 173–175)
Mekân	Kullanıcı–metin–sahne ayrışması	4. pilot kontrast (Şekil 6.34); demo bilgi katmanı (Şekil 6.39)
Hareket	Yaklaşma ve rota örüntüsü	Demo: yönlendirici animasyon (tez anlatımı)
Etkileşim	Girdi, olay tepkisi, geri bildirim	6. pilot/demo: çarpışma→dağılma; seçim→alma; Niagara aracı

SONUÇ VE ÖNERİLER

Önerilen çerçeve, XR'da tipografik sunumun hangi girdilerle, hangi görevler için ve nasıl değiştiğini birlikte değerlendirmeye olanak tanır. Tez örnekleri, bileşenleri açıklamak için kullanılmış; on ilke, uygulama kararlarına yön verebilecek önerilerdir. Kontrast uyarlaması, durum değişimi, rota işaretleme ve

harf etkileşimi tez anlatımlarından hareketle açıklanmıştır.

Bölüm okunabilirlik veya yön bulma başarısında ölçülmüş bir iyileşme ortaya koymamaktadır. Öğrenme ve kullanıcı profiline dayalı kişiselleştirme mevcut demoda gösterilmemiştir. Kanıt belirli bir VR deneyimine aittir; bazı ilkeler demoda örneklenmemiştir.

İleri çalışmalarda öncelikle tetikleyici koşullar, durum geçişleri ve güncelleme süreleri belgelenebilir. Ardından sabit ve bağlama duyarlı tipografik sunumlar aynı görevlerde okuma doğruluğu, görev tamamlama süresi ve yön bulma hataları bakımından karşılaştırılabilir. Tetikleyici mantığı ve geri bildirim tasarımının eğitime taşınması önerilir (Aşkın, 2023).

KAYNAKÇA

Alizadehsalehi, S., Hadavi, A., & Huang, J. C. (2020). From BIM to extended reality in AEC industry. *Automation in Construction*, 116, 103254. https://doi.org/10.1016/j.autcon.2020.103254

Aşkın, O. (2023). *Karma gerçeklik teknolojilerinde tipografinin zaman, mekân, hareket ve etkileşim bağlamında incelenmesi ve bir uygulama örneği* [Sanatta yeterlik tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Ayiter, E. (2012). Further dimensions: Text, typography and play in the Metaverse. In *2012 International Conference on Cyberworlds* (pp. 296–303). IEEE. https://doi.org/10.1109/CW.2012.50

Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 6(4), 355–385. https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355

Bigelow, C. (2019). Typeface features and legibility research. *Vision Research*, 165, 162–172. https://doi.org/10.1016/j.visres.2019.05.003

Billinghurst, M. (2021). Grand challenges for augmented reality. *Frontiers in Virtual Reality*, 2, Article 578080. https://doi.org/10.3389/frvir.2021.578080

Bragg, D., Azenkot, S., & Kalai, A. T. (2016). Reading and learning smartfonts. In *Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology* (pp. 391–402). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2984511.2984554

Büttner, A., Grünvogel, S. M., & Fuhrmann, A. (2020). The influence of text rotation, font, and distance on legibility in VR. In *2020 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces Abstracts and Workshops* (pp. 663–664). IEEE. https://doi.org/10.1109/VRW50115.2020.00182

Chen, J., Nie, K., Zhang, M., Yu, C., Gao, Z., Yue, K., Liang, C., & Shi, Y. (2026). SituFont: A just-in-time adaptive intervention interface for enhancing mobile readability in situational visual impairments. In *Proceedings of the 2026 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–25). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3772318.3791020

Dingler, T., Kunze, K., & Outram, B. (2018). VR reading UIs: Assessing text parameters for reading in VR. In *Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–6). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3170427.3188695

Fast-Berglund, Å., Gong, L., & Li, D. (2018). Testing and validating extended reality (XR) technologies in manufacturing. *Procedia Manufacturing*, 25, 31–38. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.06.054

Gabbard, J. L., Swan, J. E., & Hix, D. (2006). The effects of text drawing styles, background textures, and natural lighting on text legibility in outdoor augmented reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 15(1), 16–32. https://doi.org/10.1162/pres.2006.15.1.16

Gattullo, M., Uva, A. E., Fiorentino, M., & Gabbard, J. L. (2015). Legibility in industrial AR: Text style, color coding, and illuminance. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 35(2), 52–61. https://doi.org/10.1109/MCG.2015.36

Gibson, J. J. (1977). The theory of affordances. In R. Shaw & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, acting, and knowing: Toward an ecological psychology* (pp. 67–82). Lawrence Erlbaum.

Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.

Huelves, I., & Marco, L. (2021). Sensor Variable Font: A model to improve the process of signification of graphic interfaces through variable fonts and data collected by sensors. In N. Martins, D. Brandão, & D. Raposo (Eds.), *Perspectives on design and digital communication* (pp. 65–90). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-49647-0_5

Ju, W., & Takayama, L. (2009). Approachability: How people interpret automatic door movement as gesture. *International Journal of Design*, 3(2), 77–86. https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/574

Kadner, F., Keller, Y., & Rothkopf, C. (2021). AdaptiFont: Increasing individuals' reading speed with a generative font model and Bayesian optimization. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Article 585). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3411764.3445140

Kojić, T., Ali, D., Greinacher, R., Möller, S., & Voigt-Antons, J. N. (2020). User experience of reading in virtual reality: Finding values for text distance, size, and contrast. In *2020 Twelfth International Conference on Quality of Multimedia Experience* (pp. 1–6). IEEE. https://doi.org/10.1109/QoMEX48832.2020.9123091

Microsoft. (2024, 30 Mayıs). *OpenType font variations overview*. https://learn.microsoft.com/typography/opentype/spec/otvaroverview

Norman, D. A. (1988). *The psychology of everyday things*. Basic Books.

Norman, D. A. (1999). Affordance, conventions, and design. *interactions*, 6(3), 38–43. https://doi.org/10.1145/301153.301168

Oxman, R. (2017). Thinking difference: Theories and models of parametric design thinking. *Design Studies*, 52, 4–39. https://doi.org/10.1016/j.destud.2017.06.001

Sawyer, B. D., Wolfe, B., Dobres, J., Chahine, N., Mehler, B., & Reimer, B. (2020). Glanceable, legible typography over complex backgrounds. *Ergonomics*, 63(7), 864–883. https://doi.org/10.1080/00140139.2020.1758348

Small, D., Ishizaki, S., & Cooper, M. (1994). Typographic space. In *Conference Companion on Human Factors in Computing Systems* (pp. 437–438). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/259963.260437

Terzidis, K. (2004). Algorithmic design: A paradigm shift in architecture? In *Architecture in the Network Society: 22nd eCAADe Conference Proceedings* (pp. 201–207). eCAADe. https://doi.org/10.52842/conf.ecaade.2004.201

Withagen, R., de Poel, H. J., Araújo, D., & Pepping, G.-J. (2012). Affordances can invite behavior: Reconsidering the relationship between affordances and agency. *New Ideas in Psychology*, 30(2), 250–258. https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2011.12.003

Zimmerman, J., Forlizzi, J., & Evenson, S. (2007). Research through design as a method for interaction design research in HCI. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 493–502). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/1240624.1240704

7. BÖLÜM

ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ VE TASARIMIN GENETİĞİ: ZIT SANAT AKIMLARININ KREA.AI İLE HİBRİT MOBİLYA TASARIMINA DÖNÜŞÜMÜ VE SEMANTİK ALGI ANALİZİ

Sedat KALEKAHYASI
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı
hdiler@aku.edu.tr

Doç. Dr. Harun DİLER
Afyon Kocatepe Üniversitesi,Güzel Sanatlar Fakültesi
hdiler@aku.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-9991-9847

GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinin kapanmakta olduğu bu dönemde, tasarım pratiği köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşümün merkezinde, metin girdilerini yüksek çözünürlüklü görsellere dönüştüren üretken yapay zekâ modelleri yer almaktadır. Söz konusu modeller artık yalnızca teknik bir araç olarak değil, yaratıcı sürecin etkin bir ortağı olarak işlev görmektedir (Vinchon vd., 2023). Tasarımcılar ile yapay zekânın bu ortaklığı, yaratıcılığın, özgünlüğün ve estetik kararın nasıl tanımlandığına ilişkin köklü soruları da beraberinde getirmektedir (Mazzi, 2024; Deveci, 2022).

Mobilya tasarımı özelinde bu dönüşüm, salt bir araç kullanımı değil; tasarım dilinin yeniden üretilmesi anlamına gelmektedir. Smardzewski'nin (2015) de vurguladığı üzere, mobilya tasarımının estetiği yalnızca biçim ve malzemeden değil; kültürel, tarihsel ve sembolik katmanlardan da beslenmektedir. Bu perspektiften bakıldığında, birbirinden estetik açıdan köklü biçimde ayrışan

sanat akımlarının tek bir tasarım nesnesinde sentezlenmesi; hem estetik hem de kültürel anlam üretimi açısından son derece zengin bir araştırma zemini sunmaktadır.

Peki zıt sanat akımlarını bir arada var etmek mümkün müdür? Romantizm'in organik yumuşaklığıyla Fütürizm'in aerodinamik sertliği aynı koltukta buluşabilir mi? Realizm'in nesnel yüzey gerçekliği, Soyut Dışavurumculuk'un içgüdüsel renk patlamalarıyla nasıl bir estetik diyalog kurar? Bu bölüm, söz konusu soruları yalnızca kuramsal düzlemde değil; ampirik bir uygulama bağlamında da yanıtlamayı amaçlamaktadır.

Bu bağlamda Krea.AI platformunun gerçek zamanlı görsel üretim altyapısı kullanılmış; ChatGPT ile yapılandırılan çok katmanlı prompt'lar aracılığıyla on farklı hibrit oturma grubu tasarımı beş tekli, beş üçlü koltuk üretilmiştir. Üretilen tasarımlar, Osgood, Suci ve Tannenbaum›un (1957) çığır açıcı semantik diferansiyel ölçeği temel alınarak, iç mimarlık öğrencilerinden ve akademisyenlerden oluşan 51 kişilik uzman bir katılımcı grubuyla değerlendirilmiştir. Böylece yapay zekânın ürettiği görsel çıktıların, profesyonel kullanıcılar tarafından nasıl algılandığı sistematik ve ölçülebilir bir biçimde ortaya konulmuştur.

Bu çalışma, yalnızca bir tasarım deneyi raporu değil; aynı zamanda prompt mühendisliğinin yeni bir tasarım disiplini olarak nasıl konumlandırılabileceğine dair bir tartışma zemini sunmaktadır. Zira sanat akımlarının dilini yapay zekâya aktarma becerisi bu bölümde gösterileceği üzere son derece incelikli bir estetik bilgi, tarihsel farkındalık ve tasarım sezgisi gerektirmektedir (Mantri ve Sasikumar, 2023; Barros ve Ai, 2024). Yapay zekânın yarattığı değil; insan–makine işbirliğinin yarattığı bu hibrit eserler, tasarım tarihinin yeni bir sayfasını açmaktadır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: YAPAY ZEKÂ VE HİBRİT ESTETİK

1.1 Metin-Görsel Dönüşüm Modelleri ve Tasarım Alanındaki Yeri

Üretken yapay zekânın tasarım pratiğine entegrasyonu, son on yılda hız kazanan teknolojik bir sürecin ürünüdür. Günümüzde metin-görsel dönüşüm (text-to-image) modelleri, doğal dil işleme ile derin öğrenme yöntemlerini bir arada kullanarak metin açıklamalarından yüksek çözünürlüklü görseller üretebilmektedir. Bu süreçte kullanılan temel mimari, «gizil difüzyon» (latent diffusion) yaklaşımıdır (Rombach vd., 2022). Gizil difüzyon modelleri, orijinal görüntü uzayında değil; matematiksel olarak sıkıştırılmış bir gizil uzayda çalışmakta ve bu sayede hem hesaplama verimliliği hem de çıktı kalitesi açısından

önemli avantajlar sunmaktadır. Karras vd.'nin (2022) tasarım uzayı analizinde de ortaya konulduğu üzere, bu modellerin çıktı kalitesi doğrudan kullanılan örnekleme algoritmasına, gürültü zamanlamasına ve koşullama gücüne bağlıdır. Söz konusu teknik parametreler, prompt'ların nasıl yapılandırıldığına göre dramatik biçimde farklı görsel çıktılar üretebilmektedir. Bu gerçeklik, prompt mühendisliğini yalnızca dilsel bir eylem olmaktan çıkarıp, tasarım pratiğinin ayrılmaz bir parçası hâline getirmektedir (Mantri ve Sasikumar, 2023). Alcaide-Marzal ve Diego-Mas (2025a), metin-görsel modellerini tasarım sürecindeki "yaratıcı ortak" olarak nitelendirmekte ve bu modellerin özellikle ön tasarım aşamasında konsept geliştirme, alternatif üretimi, biçim keşfi tasarımcının kavramsal kapasitesini genişlettiğini ileri sürmektedir. Bu yaklaşım, Chandrasekera vd.'nin (2024) bulgularıyla da örtüşmektedir: Yapay zekâ araçları erken tasarım aşamalarında önemli bir işlev üstlenmekte, ancak nihai estetik kararlar insan yargısına ihtiyaç duymaya devam etmektedir.

1.2 Hibrit Estetik: Sanat Akımlarının Semantik Diyaloğu

Hibrit tasarım kavramı, bu bölüm bağlamında salt görsel bir karışım olarak değil; iki farklı estetik paradigmanın semantik düzlemde sürdürdüğü bir diyalog olarak ele alınmaktadır. Sanat tarihinin birbiriyle kimi zaman çelişen, kimi zaman paralel seyreden akımları Romantizm, Fütürizm, Realizm, Soyut Dışavurumculuk her biri kendine özgü bir görsel dil, estetik değer hiyerarşisi ve kültürel anlam sistemi barındırmaktadır.

Romantizm, on sekizinci yüzyılın sonlarında Aydınlanma'nın akılcı kategorizmeciliğine bir başkaldırı olarak doğmuş; organik formlar, yumuşak dokular ve duygusal sıcaklık bu akımın görsel imzasını oluşturmuştur. Buna karşın Fütürizm, yirminci yüzyılın ilk on yıllarında hız, makine ve teknoloji tutkunuyla şekillenmiş; dinamik çizgiler, aerodinamik geometriler ve soğuk metalik yüzeyler bu akımın karakteristik unsurları olmuştur. Bu iki paradigmanın tek bir mobilya nesnesinde sentezlenmesi, tasarımın hem duygusal hem de rasyonel boyutlarına aynı anda seslenebilen bir estetik dil kurma çabasıdır.

Öte yandan Realizm ile Soyut Dışavurumculuk arasındaki gerilim çok daha keskindir. Realizm, görünür gerçekliğin nesnel ve ayrıntılı aktarımını amaçlarken; Soyut Dışavurumculuk, bilinçdışı ifadeyi, renk enerjisini ve bedensel hareketi bir sanat eylemine dönüştürmektedir. Bu iki akımın bir mobilya yüzeyinde bir araya gelmesi nesnel form üzerine öznel bir renk patlaması olarak Barros ve Ai'nin (2024) de vurguladığı bir paradoksu somutlaştırmaktadır: Ya-

pay zekâ, yalnızca var olan biçimleri taklit etmemekte; var olamayacağı düşünülen sentezleri üretme kapasitesine de sahip olmaktadır.

2.3 Semantik Diferansiyel Ölçeği: Algının Matematiksel Haritalanması

Estetik algının ölçülmesi, tasarım araştırmacıları için tarihsel olarak güç bir problem olmuştur. Osgood, Suci ve Tannenbaum'un (1957) geliştirdiği semantik diferansiyel ölçeği, bu soruna sistematik bir çözüm sunmaktadır. Zıt kutuplu sıfat çiftlerinden oluşan bu ölçek, bireyin bir nesneye ilişkin çok boyutlu anlamsal değerlendirmesini nümerik bir matrise dönüştürmekte; böylece estetik tepkilerin hem karşılaştırmalı hem de istatistiksel analize tabi tutulmasına olanak tanımaktadır.

Çağlayan ve Hassa (2025), semantik diferansiyel ölçeğini doğrudan yapay zekâ destekli mobilya tasarımı bağlamında kullanan çalışmalarında, bu yöntemin tasarım değerlendirmesinde yüksek güvenilirlik sağladığını ortaya koymuştur. Söz konusu bulgular, bu bölümde yürütülen araştırmanın metodolojik temeli açısından belirleyici bir kaynak niteliği taşımaktadır.

2. YÖNTEM VE MATERYAL

2.1 Araştırma Deseni

Bu çalışmada yarı deneysel bir araştırma deseni benimsenmiştir. Araştırmanın deneysel boyutunu, yapay zekâ yardımıyla üretilen hibrit mobilya tasarımları oluşturmakta; ölçme boyutunu ise bu tasarımlara yönelik kullanıcı algısının sistematik biçimde değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Tasarım üretim sürecinde Krea.AI platformunun gerçek zamanlı görüntü üretim altyapısı (Real-time Image Generation) kullanılmış; prompt yapılandırma aşamasında ChatGPT'nin doğal dil üretim kapasitesinden yararlanılmıştır.

2.2 Tasarım Üretim Süreci: Krea.AI ve Prompt Mühendisliği

Tasarım üretim süreci üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, hedef sanat akımlarının stilistik, tarihsel ve görsel özellikleri belirlenerek her akım çifti için kavramsal bir tasarım çerçevesi oluşturulmuştur. İkinci aşamada, bu kavramsal çerçeve doğrultusunda ChatGPT aracılığıyla İngilizce dilinde çok katmanlı prompt'lar hazırlanmıştır. Prompt'lar; form, malzeme, renk, doku, ışık ve stüdyo bağlamı gibi tasarım parametrelerini sistematik biçimde kapsa-

maktadır. Üçüncü aşamada, hazırlanan prompt'lar Krea.AI'ın gerçek zamanlı üretim arayüzüne girilmiş; gerçek zamanlı geri bildirim döngüsü sayesinde tasarımlar iteratif olarak rafine edilmiştir.

Bu süreçte beş farklı sanat akımı çifti belirlenmiş; her çift için biri tekli, biri üçlü olmak üzere iki oturma grubu tasarımı üretilmiş ve böylece toplam on tasarım elde edilmiştir. Tasarımların fotoğraf-gerçekçilik kalitesine ulaşması için Krea.AI'ın üst boyutlandırma (upscale) özelliği de kullanılmıştır.

2.3 Katılımcılar

Araştırmanın katılımcı grubunu, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen 51 kişi oluşturmaktadır. Katılımcıların tamamı iç mimarlık ve tasarım alanında öğrenim gören lisans/lisansüstü öğrenciler ya da bu alanlarda görev yapan akademisyenlerdir. Amaçlı örneklemenin tercih edilmesindeki temel gerekçe, estetik değerlendirme görevinin alan bilgisi gerektirmesi; dolayısıyla profesyonel bir bakış açısının araştırmanın geçerliliğine katkı sağlamasıdır.

2.4 Veri Toplama Aracı: Semantik Diferansiyel Ölçeği

Veri toplama aracı olarak Osgood, Suci ve Tannenbaum'un (1957) semantik diferansiyel ölçeği esas alınmış ve mobilya tasarımı bağlamına uyarlanmıştır. Ölçek, 1 ile 5 arasında puanlanan on iki zıt sıfat çiftinden oluşmaktadır. Bu sıfat çiftleri üç temel boyutu kapsamaktadır: estetik boyut (güzel–çirkin, çekici–itici, özgün–sıradan), işlevsellik ve güç boyutu (işlevsel–işlevsel olmayan, güçlü–zayıf), ve çağdaşlık-duygu boyutu (geleceğe ait–geçmişe ait, sıcak–soğuk, dinamik–durağan, karmaşık–basit, etkileyici–sıradan, insancıl–yapay, uyumlu–uyumsuz).

Tablo 1. Semantik diferansiyel ölçeğinde kullanılan 12 sıfat çifti ve ölçüm boyutlarını gösteren tablo.

Madde No	Sol Kutup (1)	Sağ Kutup (5)	İlişkili Osgood Boyutu
1	Çirkin	Güzel	Değerlendirme
2	Sıradan	Özgün	Değerlendirme

3	İtici	Çekici	Değerlendirme
4	Uyumsuz	Uyumlu	Değerlendirme
5	İşlevsel Değil	İşlevsel	Güç / İşlevsellik
6	Zayıf	Güçlü	Güç
7	Sıradan	Etkileyici	Değerlendirme
8	Basit	Karmaşık	Güç
9	Durağan	Dinamik	Etkinlik
10	Soğuk	Sıcak	Değerlendirme / Duygusal Etki
11	Geçmişe Ait	Geleceğe Ait	Etkinlik / Zamansal Yönelim
12	Yapay/Robotik	Doğal/İnsancıl	Etkinlik / Özgünlük Algısı

Açıklama: Bu tablo, ölçekte kullanılan sıfat çiftlerini ve hangi boyutu (estetik, işlevsellik, çağdaşlık) temsil ettiklerini göstermektedir.

2.5 Veri Analizi

Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistik yöntemleriyle analiz edilmiştir. Her tasarım için on iki boyuta ilişkin aritmetik ortalama değerleri hesaplanmış; tasarımlar arası karşılaştırmalar boyut bazında gerçekleştirilmiştir. Puanlama mantığı açısından: 3,00 ile 5,00 arasındaki değerler pozitif yönde, 1,00 ile 3,00 arasındaki değerler ise olumsuz veya nötr yönde algılamayı temsil etmektedir.

3. UYGULAMA VE BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamındaki on tasarımın bütünü yerine; en güçlü semantik profillere sahip, beğeni sıralamasında üst sıralarda yer alan ve estetik paradigma açısından en çarpıcı karşıtlıkları ortaya koyan üç tasarım derinlemesine incelenmektedir. Bu seçim, yalnızca akademik bir özgünlük tercihinin değil; aynı zamanda makul bir bölüm hacmiyle en yüksek analitik değeri sunma amacının da ürünüdür.

3.1 Romantizm + Fütürizm Sentezi: Tekli Koltuk (Tasarım 3)



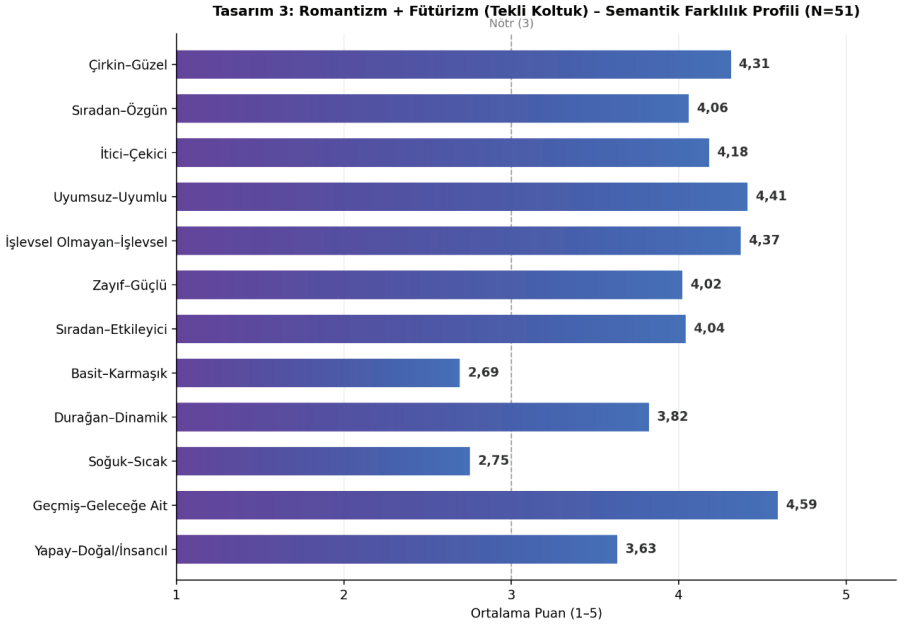
Resim 1. Romantizm–Fütürizm hibrit tekli koltuk tasarımı (Tasarım 3).

Açıklama: Krem/fil dişi rengi yumuşak organik üst kabuk ile mat antrasit aerodinamik alt gövdenin bir arada görüldüğü, ince ve açık-açılı metal ayaklara sahip tekli koltuk tasarımı.

Tasarım 3, Romantizm'in duygusal organikliği ile Fütürizm'in teknolojik dinamizmi arasında kurulan bir estetik gerilim üzerine inşa edilmiştir. Tasarımın görsel dili, bu iki paradigmanın yalnızca bir arada var edildiğini değil; birbirini tamamladığını da ortaya koymaktadır: Üst kabuk, krem/fil dişi renkte, yumuşak kıvrımlı ve dokusal açıdan ısıcı bir Romantizm dili konuşurken; alt

gövde mat antrasit rengiyle, sıkıştırılmış ve aerodinamik bir Fütürizm söylemi taşımaktadır. İnce ve dışa açılı metal ayaklar ise bu iki dünyayı hem fiziksel hem de sembolik düzlemde bir arada tutan bir köprü işlevi görmektedir.

Katılımcıların bu tasarıma yönelik semantik değerlendirmeleri (N=51), son derece tutarlı ve olumlu bir algı profili ortaya koymaktadır:



Şekil 1: Tasarım 3 (Tekli Koltuk) Semantik farklılık ölçeği sonuç grafiği.

Kaynak: *Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.*

Tasarımın genel algı ortalaması $\bar{x} = 4{,}02$ olarak hesaplanmıştır. Bu değer, beşli ölçekte belirgin biçimde olumlu bir konuma karşılık gelmektedir. Boyut bazında incelendiğinde en dikkat çekici bulgu, "Geçmiş–Geleceğe Ait" boyutundaki $\bar{x} = 4{,}59$ puanıdır. Bu değer yalnızca bu tasarımın değil; araştırmanın tüm serisi içindeki en yüksek "geleceğe aitlik" puanını temsil etmektedir. Tasarımın çağdaşlık imgesini bu denli güçlü biçimde uyandırması, Fütürizm'in görsel dilinin Krea.AI aracılığıyla profesyonel kullanıcılar tarafından son derece güvenilir biçimde okunduğuna işaret etmektedir.

Estetik boyutlarda da son derece güçlü değerler elde edilmiştir: "Uyumsuz–Uyumlu" boyutu $\bar{x} = 4{,}41$ ile ölçeğin en yüksek uyum puanlarından birini almış; "İşlevsel Olmayan–İşlevsel" boyutu $\bar{x} = 4{,}37$, "İtici–Çekici" boyutu ise $\bar{x} = 4{,}18$ olarak ölçülmüştür. Bu bulgular, Romantizm ile Fütürizm arasındaki görsel gerilimin katılımcılar tarafından bir "uyumsuzluk" değil; aksine "ahenk-

li bir diyalog" olarak deneyimlendiğini göstermektedir.

Buna karşın iki boyutta belirgin biçimde düşük değerler gözlemlenmektedir: "Basit–Karmaşık" boyutu $\bar{x} = 2{,}69$ olup tasarımın sade bir estetik olarak algılandığına işaret etmektedir; "Soğuk–Sıcak" boyutu ise $\bar{x} = 2{,}75$ ile hafif soğuk bir tonlamayı işaret etmektedir. Bu iki bulgunun birlikte değerlendirilmesi son derece anlamlıdır: Tasarım, görsel karmaşıklıktan kaçınan, temiz çizgili ve serin tonlu bir estetik önermektedir — bu da esasen Fütürizm'in arınmış, minimalist ve teknolojik dil anlayışıyla doğrudan örtüşmektedir.

Tasarım 3, beğeni sıralamasında %19,6 ile ikinci konumda yer almaktadır. Bu sıralama performansı, tasarımın yüksek estetik puanları ve beğeni oranının birbirini bütünlemesinden kaynaklanmaktadır. Tasarım, katılımcıların genel beğeni tercihinde ciddi bir ağırlık taşırken; ölçek verileri de bu tercihin yalnızca "görsel güzellik" algısına değil, uyum, işlevsellik ve çağdaşlık boyutlarına yayılmış çok katmanlı bir memnuniyete dayandığını ortaya koymaktadır.

3.2 Romantizm + Fütürizm Sentezi: Üçlü Koltuk (Tasarım 8)



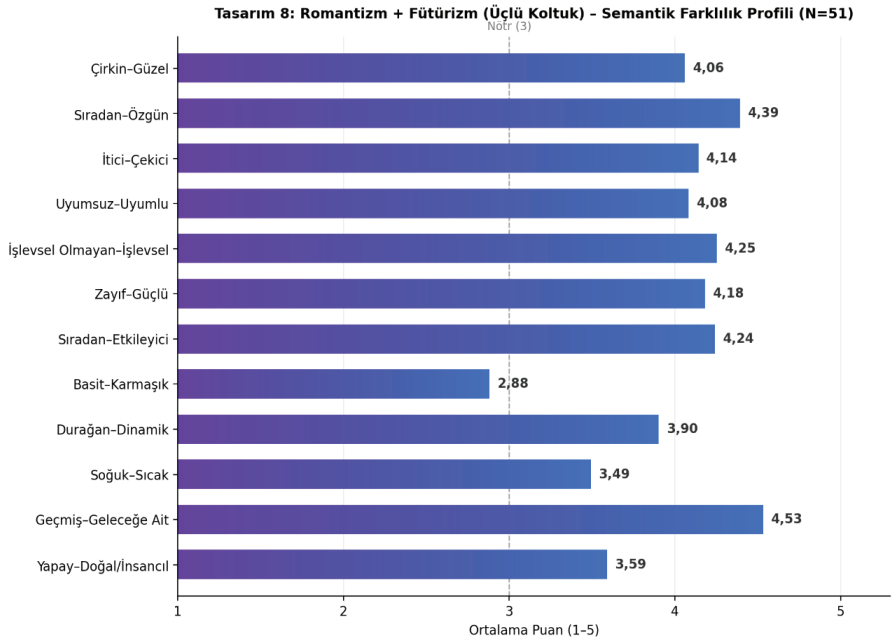
Resim 2. Tasarım 8: Romantizm + Fütürizm üçlü koltuk tasarımı.

Açıklama: Pembe/blusher kadifeden kanallı sırtlık, yuvarlak pod benzeri siluet

ve sürekli kıvrımlı alt kenar bandı olan üçlü koltuk tasarımı.

Aynı estetik paradigmanın üçlü formata taşınması, yalnızca ölçeksel bir dönüşüm değil; tasarım dilinin anlamsal açıdan nasıl güçlendiğinin de bir sınavıdır. Tasarım 8, pembe/blusher renkli kadife kumlu yüzeyden oluşan kanallı sırtlığı ve sürekli kıvrımlı alt kenar bandıyla Romantizm'in duyusal sıcaklığını; yuvarlak, aeromorfik pod siluetiyle de Fütürizm'in dinamik formsallığını somutlaştırmaktadır.

Katılımcı değerlendirmeleri, bu tasarımın tüm serinin zirvesine oturduğunu açıkça ortaya koymaktadır:



Şekil 2: Tasarım 8 (Üçlü Koltuk) Semantik farklılık ölçeği sonuç grafiği.

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tasarım 8'in genel algı ortalaması $\bar{x} = 4{,}08$ ile araştırmanın tüm on tasarımı arasında en yüksek değere ulaşmıştır. Bu genel üstünlük, tek bir boyuttaki göz alıcı bir zirveden değil; tüm boyutlardaki dengeli ve tutarlı yüksek performanstan kaynaklanmaktadır. "Sıradan–Özgün" boyutunda $\bar{x} = 4{,}39$, "Sıradan–Etkileyici" boyutunda $\bar{x} = 4{,}24$, "İşlevsel Olmayan–İşlevsel" boyutunda $\bar{x} = 4{,}25$ ve "Zayıf–Güçlü" boyutunda $\bar{x} = 4{,}18$ ile bu tasarım, serinin en dengeli semantik profilini sunmaktadır.

Aynı zamanda beğeni sıralamasında %21,6 ile birinci konumda yer alması tam 51 katılımcı içindeki açık ara üstünlüğü yalnızca estetik bağlamında değil,

psikolojik açıdan da anlamlıdır. Vinchon vd.'nin (2023) de belirttiği üzere, insan–yapay zekâ işbirliğinin en verimli çıktıları; kullanıcının hem estetik hem de işlevsel beklentilerini eş zamanlı olarak karşılayan tasarımlardır. Tasarım 8, bu kriterler açısından hem sezgisel hem de ölçülebilir düzeyde öne çıkmaktadır.

Ölçek etkisi perspektifinden bakıldığında, Romantizm–Fütürizm çiftinin tekli ($\bar{x} = 4,02$) ile üçlü ($\bar{x} = 4,08$) arasındaki artışı da kayda değerdir. Bu bulgu, Romantizm›in kadifemsi, sıcak sargılayıcı yüzeylerinin ve Fütürizm›in aeromorfik hatlarının büyük ölçekte daha ikna edici biçimde anlam ürettiğine işaret etmektedir. Üçlü koltuk formatı, sanki bu iki akımın gerçek potansiyelinin açılabileceği gerçek alanı sunmaktadır; tek koltuk ise bu diyaloğun özetlenmiş, küçültülmüş bir versiyonuna karşılık gelmektedir.

3.3 Realizm + Soyut Dışavurumculuk Sentezi: Üçlü Koltuk (Tasarım 9)

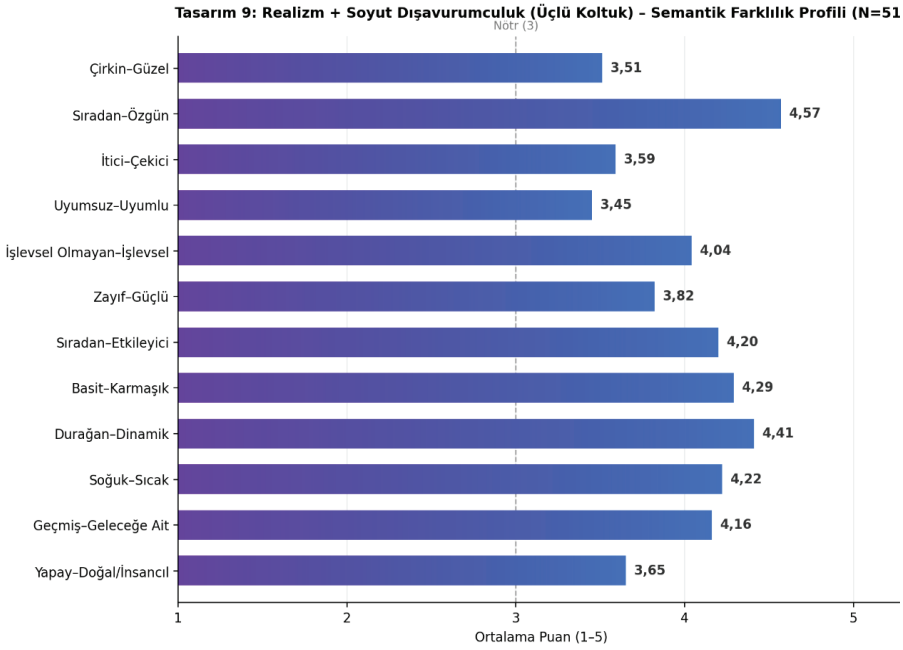


Resim 3. Tasarım 9: Realizm + Soyut Dışavurumculuk üçlü koltuk tasarımı.

Açıklama: Chesterfield tipi kanepe formunda, soyut aksiyon boyama tekniğiyle oluşturulmuş çok renkli sıçrama/damlama desenli kadife döşemeli, uyumsuz yastıklı (koyu lacivert + açık mavi) ve dramatik boyalı duvar arka planlı üçlü koltuk tasarımı.

Araştırmanın en çarpıcı bulguları, beklenmedik biçimde Realizm–Soyut Dışavurumculuk sentezinden elde edilmiştir. Bu tasarım, Chesterfield tipi kanepe formunun (Realizm'in nesnel biçim anlayışının mobilyadaki yansıması) üzerine, aksiyon boyama tekniğini andıran çok renkli sıçrama ve damlama desenleriyle döşenmiş yüzeyiyle son derece cesur bir estetik önerme sunmaktadır. Uyumsuz renklerdeki yastıklar (koyu lacivert ve açık mavi) ile dramatik boyalı duvar arka planı bu öneriyi tiyatral bir bütüne dönüştürmektedir.

Ölçek verileri şu tablo üzerinden sunulmaktadır:



Şekil 3: Tasarım 9 (Üçlü Koltuk) Semantik farklılık ölçeği sonuç grafiği.

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tasarım 9'un genel algı ortalaması $\bar{x} = 3,97$'dir. Ancak bu görece mütevazı genel ortalama, bu tasarımın araştırmadaki belki de en özgün ve analitik açıdan en zengin bulguyu temsil ettiği gerçeğini örtbas etmemelidir. Zira "Sıradan–Özgün" boyutunda elde edilen $\bar{x} = 4,57$, yalnızca bu tasarımın değil; araştırma-

nın tüm serisi boyunca kayıt altına alınan en yüksek özgünlük puanıdır.

Bu bulgu, tasarımın ne "en beğenilen" ne de "en güzel bulunan" olduğunu, ancak açık arayla "en özgün" olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Bu ayrım son derece önemlidir: Özgünlük ile genel beğeni birbirinden bağımsız değerlendirme eksenleridir. Katılımcılar, Soyut Dışavurumculuk'un öngörülemez renk enerjisini Realizm'in temkinli biçimselliğiyle birleştiren bu tasarımı, alışılageldik estetik kategorilerin dışında bir yere konumlandırmışlardır.

Nitekim "Basit–Karmaşık" boyutunda $\bar{x} = 4{,}29$ ve "Durağan–Dinamik" boyutunda $\bar{x} = 4{,}41$ gibi son derece yüksek değerler de bu yorumu desteklemektedir. Tasarım, özellikle estetik "uyum" alanında ($\bar{x} = 3{,}45$) diğer tasarımların gerisinde kalmaktadır — bu ise Soyut Dışavurumculuk'un doğasıyla tamamen tutarlıdır: Bu akım hiçbir zaman uyumu değil, gerilimi ve dinamizmi amaç edinmiştir.

Tasarım 9 aynı zamanda tüm ölçek verilerinin belki de en ilgi çekici ölçek etkisi bulgusunu sunmaktadır: Tekli ($\bar{x} = 3{,}67$) ile üçlü ($\bar{x} = 3{,}97$) arasındaki fark 0,30 puan olup araştırma kapsamındaki en büyük ölçek artışını temsil etmektedir. Soyut Dışavurumculuk'un renk enerjisi ve biçimsel kaotikliği, büyük formatta çok daha güçlü ve ikna edici biçimde açılmaktadır. Tek koltuk bu bağlamda yetersiz bir platform olurken; üçlü format, bu estetik dilin gerçek bir tuval olarak işlev görmesine imkân tanımaktadır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

4.1 Bulguların Kuramsal Çerçeve Bağlamında Değerlendirilmesi

Bu araştırmanın bulgularının bütünü, üretken yapay zekânın tasarım pratiğinde nasıl konumlandırılması gerektiğine ilişkin son derece belirgin bir tablo ortaya koymaktadır. Katılımcıların %94,1'inin yapay zekânın tasarım sürecine katkısını olumlu değerlendirmesi üstelik olumsuz değerlendirme sayısının sıfır olması yalnızca bir kabul göstergesinin çok ötesindedir. Bu bulgu, yapay zekânın profesyonel tasarım topluluğu içinde artık "meşruiyet eşiğini" aşmış olduğuna işaret etmektedir (Chandrasekera vd., 2024; Vinchon vd., 2023).

Ancak bu meşruiyet, koşulsuz bir güven değildir. Bulgular, estetik açıdan en başarılı tasarımların salt teknolojik çıktılar olmadığını; aksine, prompt mühendisliği aşamasında sanat tarihsel bilginin, estetik ayrımın ve tasarım sezgisinin devreye girdiği insan–makine işbirliğinin ürünleri olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Alcaide-Marzal ve Diego-Mas'ın (2025a) öngördüğü "yaratıcı ortak"

modeli, bu araştırmada hem kavramsal hem de ampirik düzeyde doğrulanmaktadır.

Romantizm–Fütürizm sentezinin tüm boyutlarda en dengeli profili üretmesi, bu iki akım arasındaki estetik gerilimin kuramsal olarak öngörülenden çok daha yapıcı bir senteze zemin hazırladığını göstermektedir. Realizm–Soyut Dışavurumculuk sentezinin ise özgünlükte zirveye ulaşırken uyumda geri kalması, estetik tercih ile estetik özgünlüğün birbirinden ayrışabileceğini ve bu ayrışmanın kendisinin de bir bulgu olduğunu hatırlatmaktadır.

4.2 Ölçek Etkisi: Tasarım Dilinin Büyüklükle Açılması

Araştırmanın ortaya koyduğu ölçek etkisi bulguları, mobilya tasarımında biçim-ölçek ilişkisine dair son derece özgün bir veri sunmaktadır. Duygusal olarak yüklü ve estetik açıdan karmaşık sanat akımlarının sentezi (Barok+Ekspresyonizm, Romantizm+Fütürizm, Realizm+Soyut Dışavurumculuk), büyük ölçekte üçlü formatta daha yüksek algısal puanlar üretmiştir. Buna karşın görece sade sentezler (Rönesans+Minimalizm) küçük ölçekte daha ikna edici bulunmuştur. Bu bulgu, tasarımda "estetik yoğunluk ile fiziksel ölçek arasındaki optimal eşleşme" fikrine ampirik destek sağlamaktadır.

4.3 Prompt Mühendisliği: Yeni Bir Tasarım Disiplini

Belki de bu araştırmanın en derin teorik katkısı, prompt mühendisliğinin bir tasarım eylemi olarak nasıl çerçevelenmesi gerektiğine ilişkindir. Mantri ve Sasikumar'ın (2023) da vurguladığı üzere, büyük dil modellerinin yeteneklerini yönlendiren promptlar, tasarımın estetik çıktısını belirlemede doğrudan belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu araştırmada, yalnızca teknik parametreler değil; estetik tarih bilgisi, sanat kuramı anlayışı ve malzeme-form sezgisi de prompt'ların içine gömülmüş; bu gömülü bilgi, yapay zekânın çıktısına açıkça yansımıştır.

Barros ve Ai (2024), metin-görsel modellerinde "tasarım niyeti" ile "üretim kapasitesi" arasındaki boşluğu kapatan unsurun, kullanıcının kavramsal yetkinliği olduğunu ileri sürmektedir. Bu araştırma, söz konusu yetkinliğin mobilya tasarımı bağlamındaki somut tezahürünü gözlemlemekte; ve bu tezahürün sistematik ölçülebilir estetik çıktılar ürettiğini kanıtlamaktadır.

Deveci'nin (2022) de sorduğu soru yeniden gündeme gelmektedir: Yapay

zekânın ürettiği bir tasarımda yaratıcılık kime aittir? Bu araştırmanın bulgularına dayanan yanıt şudur: Yaratıcılık, makineyle yaratıcı bir diyalog kurabilen tasarımcının içinde bulunmaya devam etmektedir. Yapay zekâ, bu diyaloğun zenginliğini, hızını ve görsel derinliğini artırmakta; ancak diyaloğun yönünü, amacını ve anlamını belirleyen insan olmaya devam etmektedir.

4.4 Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde yürütülen araştırma, zıt sanat akımlarını yapay zekâ ile tek bir mobilya tasarımında sentezlemenin estetik açıdan güçlü ve mesleki kullanıcılar tarafından yüksek düzeyde kabul gören sonuçlar ürettiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular, tasarım pratiğinde üretken yapay zekânın yalnızca bir araç olarak değil; estetik bilginin taşıyıcısı olarak kullanılabileceğine işaret etmektedir.

Gelecek araştırmalar için iki temel öneri öne çıkmaktadır. Birincisi, farklı kültürel bağlamlarda (Batı dışı estetik gelenekler, yerel sanat akımları) benzer hibrit sentezlerin denenmesi; böylece estetik algının kültürel bağımlılığının bu yöntemle de test edilebilmesi. İkincisi, semantik diferansiyel ölçeğinin uzun vadeli kullanıcı deneyimiyle (kullanım sonrası değerlendirme, mekânsal entegrasyon algısı) bütünleştirilmesi; sadece görsel değil, mekânsal ve yaşamsal estetik algının da ölçülmesi.

Mazzi'nin (2024) de öngördüğü üzere, yapay zekânın üretim kapasitesi artmaya devam ettikçe, asıl tartışma noktası "yapay zekâ ne yapabilir?" sorusundan "tasarımcı yapay zekâyı nasıl yönlendirir?" sorusuna doğru kayacaktır. Bu araştırma, söz konusu geçişin yalnızca olası değil; hâlihazırda yaşanmakta olduğunu ampirik verilerle ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

Alcaide-Marzal, J., & Diego-Mas, J. A. (2025a). Text-to-image models as co-creative assistants in the design ideation process. International Journal of Human-Computer Studies, 194, 103421.

Barros, P., & Ai, P. (2024). Design and text-to-image: Evaluating the potential of generative AI tools for design ideation. Design Studies, 92, 101268.

Chandrasekera, T., Yoon, S. Y., & Vo, N. (2024). Artificial intelligence in the early stages of architectural design: Human judgment remains essential. International Journal of Architectural Computing, 22(1), 3–18.

Çağlayan, E., & Hassa, G. (2025). Yapay zekâ destekli mobilya tasarımlarının kullanıcı algısının semantik diferansiyel ölçeği ile değerlendirilmesi. Sanat ve Tasarım Dergisi, 28(1), 44–67.

Deveci, H. (2022). Yapay zekâ ile üretilen eserlerde yaratıcılık ve telif hakkı sorunu. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26(3), 1275–1293.

Karras, T., Laine, S., Aila, T., & colleagues. (2022). Elucidating the design space of diffusion-based generative models. Advances in Neural Information Processing Systems, 35, 26565–26577.

Mantri, A., & Sasikumar, M. (2023). Enhancing prompt engineering with LLMs for text-to-image synthesis. Procedia Computer Science, 218, 1390–1398.

Mazzi, A. (2024). Authorship and creativity in AI-generated works: Legal and philosophical perspectives. Law, Innovation and Technology, 16(1), 1–29.

Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). The measurement of meaning. University of Illinois Press.

Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., & Ommer, B. (2022). High-resolution image synthesis with latent diffusion models. Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition, 10684–10695.

Smardzewski, J. (2015). Furniture design. Springer.

Vinchon, F., Camargo, A., Mumford, M. D., Jauk, E., & Benedek, M. (2023). Artificial intelligence and creativity: A manifesto for collaboration. Journal of Creative Behavior, 57(4), 472–484.

8. BÖLÜM

STOKASTİK ARAÇ, DETERMİNİSTİK MESLEK: ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE GRAFİK TASARIM ARASINDAKİ ONTOLOJİK UYUMSUZLUK

Dr. Öğr. Üyesi Ülkü SÖNMEZ
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü
ulku.sonmez@comu.edu.tr
https://orcid.org/0000-0003-1445-855X

GİRİŞ

Grafik tasarım alanında üretken yapay zekâ üzerine yazılan metinlerin önemli bir bölümü, iki yerleşik anlatıdan birine yaslanır. Birinci anlatı teknik ve iyimserdir: yeni araçların hangi işleri hızlandırdığını, hangi tekrarlı görevleri devraldığını ve tasarımcıyı hangi "daha yaratıcı" işlere serbest bıraktığını sıralar. İkinci anlatı mesleki ve karamsardır: tasarımcının konumunun aşındığını, becerilerin değersizleştiğini ve mesleğin uzun vadede varlığını sürdürüp sürdüremeyeceğini sorgular. İki anlatı da yaygındır, ikisi de kısmen doğrudur ve ikisi de aynı örtük varsayımı paylaşır: grafik tasarımın, hakkında toptan bir yargı verilebilecek türdeş bir etkinlik olduğu varsayımı.

Bu bölüm, söz konusu varsayımın hem kuramsal olarak savunulamaz hem de pratik olarak yanıltıcı olduğunu ileri sürmektedir. Grafik tasarım, tek bir etkinlik değildir. En azından, birbirinden yalnızca derece bakımından değil tür bakımından ayrılan iki kip barındırır. Birincisini keşif kipi olarak adlandırıyorum: problemin henüz tam tanımlanmadığı, biçimsel olanakların araştırıldığı, çeşitliliğin kendi başına bir değer taşıdığı aşama. İkincisini şartname kipi olarak adlandırıyorum: kararın verildiği, biçimin sabitlendiği ve bundan sonra yapılacak işin bu sabit biçimi farklı bağlamlarda birebir yeniden üretmek olduğu aşama. Bir logonun geliştirilmesi keşif kipindedir; aynı logonun kartvizitte,

tabelada, mobil arayüzde ve ambalajda aynı logo olarak kalması şartname kipindedir.

Bu ayrım kabul edildiğinde, üretken yapay zekâya ilişkin soru da değişir. Artık "yapay zekâ grafik tasarımı yapabilir mi?" diye sormak yerine, "üretken modeller bu iki kipin hangisiyle uyumludur ve neden?" diye sormak mümkün hâle gelir. Bölümün savı şudur: günümüzün baskın görüntü üretme mimarisi olan difüzyon modelleri, yapıları gereği keşif kipine yatkın, şartname kipine ise yapısal olarak uyumsuzdur. Bu uyumsuzluk, yeterince gelişmiş bir modelin çözeceği geçici bir mühendislik sorunu değildir; modelin ne olduğuna ilişkin temel bir olgudan, yani stokastik örnekleme mantığından kaynaklanır. Difüzyon modeli, öğrenilmiş bir olasılık dağılımından örnek çeken bir aygıttır (Ho, Jain ve Abbeel, 2020; Sohl-Dickstein, Weiss, Maheswaranathan ve Ganguli, 2015). Grafik tasarımın şartname kipi ise, örnek değil, kopya talep eder.

Bu iddianın kolayca kabul edilmemesi gerektiğinin farkındayım. Karşı argümanlar mevcuttur ve ciddiye alınmayı hak eder: tohum (seed) değeri sabitlenirse üretim yinelenebilir hâle gelmez mi? İnce ayar (fine-tuning) ve LoRA gibi teknikler, modelin belirli bir stili öğrenmesini sağlamaz mı? ControlNet gibi koşullandırma katmanları, çıktı üzerinde uzamsal denetim kurmaz mı? Bölümün dördüncü kısmı bu itirazların her birini ayrı ayrı ele almakta ve hiçbirinin uyumsuzluğu ortadan kaldırmadığını, yalnızca öteleyerek yerini değiştirdiğini savunmaktadır.

Bölümün amacı, üretken modelleri grafik tasarım alanından dışlamak değildir. Tam tersine: uyumsuzluğun nerede yattığını doğru saptamak, aracın gerçekten güçlü olduğu yeri de görünür kılar. Yaygın söylemin sorunu, üretken modelleri ya her şeyi yapabilen ya da hiçbir şeye yaramayan araçlar olarak sunmasıdır. Oysa aracın gücü ve zayıflığı, tasarım probleminin tipine göre sistematik olarak değişir. Bu bölüm, söz konusu sistematiği ortaya koymayı ve buradan tasarım sürecine, mesleki yetkinliğe ve tasarım eğitimine dair çıkarımlar türetmeyi amaçlamaktadır.

Yöntem olarak bölüm, kuramsal-eleştirel bir yaklaşım benimsemektedir. Argüman, üç literatür kümesinin kesişiminde kurulmaktadır: (i) difüzyon modellerinin teknik yazını, özellikle örnekleme ve koşullandırma üzerine olan kısmı; (ii) tasarım kuramı, özellikle Rittel ve Webber'ın (1973) "belalı problem" kavramı, Schön'ün (1983) düşünümsel uygulama modeli, Cross'un (1982) tasarımcıya özgü bilme biçimleri ve Goldschmidt'in (1991, 2003) eskiz üzerine çalışmaları; (iii) marka kimliği ve görsel tutarlılık üzerine pazarlama yazını, özellikle Phillips, McQuarrie ve Griffin'in (2014a, 2014b) sanat yönetmenle-

riyle yürüttüğü nitel araştırmalar. Bunlara ek olarak, uygulamacıların üretken araçlarla karşılaştığı somut güçlükleri belgeleyen yakın tarihli ampirik çalışmalara (Naqvi, He ve Kaur, 2025; Vimpari, Kultima, Hämäläinen ve Guckelsberger, 2023; Wadinambiarachchi, Kelly, Pareek, Zhou ve Velloso, 2024) başvurulmaktadır. Bölüm görsel malzeme içermez; tartışma tümüyle kavramsal düzeyde yürütülmektedir.

1. GRAFİK TASARIMIN İKİ KİPİ: KEŞİF VE ŞARTNAME

1.1. Keşif Kipi

Keşif kipi, tasarım probleminin henüz tam olarak tanımlanmadığı aşamadır. Bu aşamanın belirleyici özelliği, problemin çözümden önce var olmamasıdır. Rittel ve Webber (1973), planlama problemlerinin "evcil" (tame) değil "belalı" (wicked) olduğunu ileri sürerken tam da bunu kastediyordu: bu tür problemler kesin biçimde betimlenemez, tek bir doğru çözümü yoktur ve problemin tanımı ile çözümün kendisi karşılıklı olarak birbirini belirler. Grafik tasarım problemleri bu tanıma büyük ölçüde uyar. Bir müşterinin "modern ama sıcak" bir kimlik istemesi, çözülmeyi bekleyen tanımlı bir problem değil, tasarım süreci boyunca müzakere edilerek inşa edilecek bir problem tanımıdır.

Schön (1983), profesyonel uygulamanın bu boyutunu "eylem içinde düşünüm" (reflection-in-action) kavramıyla açıklamıştır. Ona göre uzman uygulamacı, önceden öğrenilmiş kuralları vakaya uygulayan biri değildir; belirsiz, karmaşık ve çatışmalı durumlarla karşılaştığında problemi yeniden çerçeveler. Schön (1992), tasarımı özel olarak "tasarım durumunun malzemeleriyle düşünümsel bir konuşma" olarak nitelemiştir. Bu nitelemedeki "konuşma" metaforu önemsiz bir süs değildir: tasarımcı bir hamle yapar, ortaya çıkan sonuç ona beklemediği bir şey söyler, tasarımcı bu yanıta göre bir sonraki hamlesini kurar.

Cross (1982), aynı olguyu farklı bir düzlemde ele almış ve tasarımın kendine ait "bilme biçimleri" olduğunu, bunların bilimin ve beşerî bilimlerin bilme biçimlerine indirgenemeyeceğini savunmuştur. Cross'a göre tasarımcılar kötü tanımlanmış problemlerle uğraşır, çözüm odaklı bir problem çözme kipi benimser ve düşünme biçimleri "kurucu" niteliktedir. Bu tespitler, keşif kipinin neden otomatikleştirilmesi zor bir etkinlik olduğunu açıklar: otomatikleştirilecek olan şey, sabit bir prosedür değil, problemin kendisini yeniden tanımlama kapasitesidir.

Keşif kipinde çeşitlilik bir kusur değil, bir kaynaktır. Tasarımcı bu aşamada mümkün olduğunca çok sayıda ve mümkün olduğunca farklı olasılık üretme-

ye çalışır; çünkü hangi olasılığın doğru olduğunu ancak diğerlerini gördükten sonra anlayabilecektir. Üretimin öngörülemezliği, burada bir sorun değil bir avantajdır. Beklenmedik çıktı, tasarımcının kendi zihninde oluşturamayacağı bir bileşim sunabilir.

1.2. Şartname Kipi

Şartname kipi, keşfin sona erdiği noktada başlar. Karar verilmiştir: logo budur, kurumsal renk şu değerdedir, ana yazı karakteri şudur, ızgara sistemi şu ölçülere dayanır. Bu noktadan sonra grafik tasarımın işi, üretmek değil, üretileni koruyarak yeniden üretmektir. Kurumsal kimlik kılavuzlarının varlık nedeni tam olarak budur: kılavuz, yaratıcı bir belge değil, bir kısıtlar bütünüdür. Neyin yapılabileceğini değil, neyin değiştirilemeyeceğini söyler.

Bu kipin merkezinde tekrarlanabilirlik yatar. Bir logo bir kez tasarlanır ve sonra milyonlarca kez birebir yeniden üretilir. Kurumsal renk, farklı baskı teknikleri ve farklı ekranlar arasında algısal olarak aynı kalmak zorundadır. Yazı karakterinin harf aralıkları, farklı bağlamlarda aynı ritmi korumalıdır. Buradaki talep estetik değil, kimliğe ilişkindir: tutarlılık, markanın tanınabilirliğinin altyapısıdır.

Bu talep, pazarlama ve reklam yazınında ampirik olarak da desteklenmiştir. Phillips vd. (2014a), on beş sanat yönetmeniyle yürüttükleri nitel araştırmada, uygulamacıların görsel marka kimliğini markanın bütünsel "görünüm ve hissi" olarak tanımladığını; bu bütünselliğin ise markanın kendisi, stratejisi ve tekil görsel öğeleri arasındaki tutarlılık olarak ve zaman içinde sürekliliği koruyarak somutlaştığını saptamıştır. Aynı araştırmacılar (Phillips vd., 2014b), görsel marka kimliğindeki değişimlerin ne zaman başarılı sayıldığını incelemiş; profesyonellerin, estetik duyarlılıkları daha yüksek olduğu için, kimlikteki sapmalara karşı daha dar bir kabul aralığına sahip olduğunu göstermiştir. Yani şartname kipinde "yeterince yakın", çoğu zaman yeterince yakın değildir.

Şartname kipinin bir başka özelliği, hata kavramının burada nesnel olmasıdır. Keşif kipinde "yanlış" bir eskiz yoktur; yalnızca daha az verimli yönler vardır. Şartname kipinde ise yanlış bir renk değeri, yanlış bir oran, yanlış bir harf aralığı vardır ve bunlar ölçülebilir. Bu ölçülebilirlik, kipin deterministik karakterinin doğrudan sonucudur.

1.3. İki Kip Arasındaki İlişki

İki kip birbirinden bağımsız değildir; grafik tasarım pratiği bunlar arasında sürekli gidip gelir. Ancak aralarındaki geçiş rastgele değil, yönlüdür: keşif şartnameyi üretir, şartname keşfi değil. Bir kimlik geliştirildikten sonra uygulama başlar; uygulama sırasında ortaya çıkan güçlükler bazen kimliğin gözden geçirilmesini gerektirir, ancak bu, sürecin baştan alınması demektir, iki kipin iç içe geçmesi değil.

Bu yönlülük, mesleğin ekonomisini de belirler. Bir tasarım stüdyosunun gelirinin önemli bir kısmı, keşif kipinden değil şartname kipinden gelir: kimlik uygulamaları, kampanya adaptasyonları, farklı formatlara uyarlamalar, kılavuz denetimleri. Keşif kipi görünürlüğü yüksek ama hacmi düşük bir etkinliktir; şartname kipi görünürlüğü düşük ama hacmi yüksek bir etkinliktir. Bu nedenle, üretken modellerin hangi kiple uyumlu olduğu sorusu, mesleğe ilişkin akademik bir merak değil, doğrudan ekonomik sonuçları olan bir sorudur.

Şimdi difüzyon modellerinin bu iki kipe göre nerede durduğuna bakılabilir. Bunun için önce modelin ne yaptığını kavramsal düzeyde açıklığa kavuşturmak gerekir.

2. DİFÜZYON MODELLERİNİN STOKASTİK DOĞASI

2.1. Gürültüden Görüntüye

Difüzyon modellerinin temel fikri, denge dışı termodinamikten esinlenen bir tersine çevirme işlemidir (Sohl-Dickstein vd., 2015). Eğitim sırasında modele, bir görüntüye kademe kademe Gauss gürültüsü eklenerek görüntünün saf gürültüye dönüştürülmesi süreci gösterilir. Model, bu sürecin tersini — yani gürültüden görüntüye giden yolu — öğrenir. Ho vd. (2020), bu yaklaşımın yüksek kaliteli görüntü sentezi için uygulanabilir olduğunu göstererek alanın bugünkü biçimini almasında belirleyici olmuştur. Rombach, Blattmann, Lorenz, Esser ve Ommer (2022), difüzyon sürecini piksel uzayı yerine önceden eğitilmiş bir otokodlayıcının gizil (latent) uzayında yürüterek hesaplama maliyetini büyük ölçüde düşürmüş ve metin gibi koşullandırma girdilerini çapraz dikkat katmanlarıyla mimariye dâhil etmiştir; bugün yaygın olarak kullanılan metinden görüntüye sistemlerin çoğu bu yaklaşımın türevleridir.

Bu mimarinin süreç açısından kritik özelliği şudur: üretim, saf gürültüden başlar. Sistemin başlangıç noktası, kullanıcının verdiği metin değil, rastgele örneklenmiş bir gürültü tensörüdür. Metin istemi (prompt), bu gürültünün hangi

yönde çözülmesi gerektiğini yönlendiren bir koşuldur; başlangıç durumunun kendisi değildir. Dolayısıyla aynı istem, farklı başlangıç gürültüleriyle farklı görüntülere açılır. Bu, sistemin bir arızası değil, tanımının bir parçasıdır.

2.2. Örnekleme, Varyans ve "Aynı İstem, Farklı Görüntü"

Difüzyon modelini doğru anlamanın yolu, onu bir çizim aracı olarak değil, bir örnekleyici olarak düşünmektir. Model, eğitim verisinden öğrendiği görüntü dağılımını temsil eder; her üretim, bu dağılımdan çekilmiş bir örnektir. Bu çerçevede "aynı istemle neden aynı görüntüyü alamıyorum?" sorusu, "aynı zarla neden aynı sayıyı atamıyorum?" sorusuyla aynı yapıdadır. Zarın kusurlu olmasıyla ilgisi yoktur; zarın ne olduğuyla ilgilidir.

Bu, tasarımcının deneyimlediği belirsizliğin kaynağını açıklar. Bir illüstrasyon üslubunu tutturmak, bir karakteri farklı sahnelerde aynı karakter olarak tutmak, bir görsel dili yüzlerce varyasyon boyunca sabitlemek — bunların hepsi, dağılımdan çekilen örneklerin varyansına karşı çalışmak anlamına gelir. Tasarımcı, aracın doğal eğilimine karşı kürek çekmektedir.

Bu noktada bir ayrımın altını çizmek gerekir. Difüzyon modellerinin stokastikliği iki farklı kaynaktan gelir. Birincisi başlangıç gürültüsünün rastgeleliği; ikincisi ise örnekleme adımlarının kendisine eklenen gürültüdür. Song, Meng ve Ermon (2021), bu ikinci kaynağın zorunlu olmadığını göstermiştir: DDPM'nin Markov tipi üretim sürecini Markov tipi olmayan bir süreçler sınıfına genelleştirerek, aynı eğitim hedefini koruyan ama üretim süreci deterministik olan bir örnekleyici tanımlamışlardır. Bu, önemli bir teknik sonuçtur ve dördüncü kısımda ele alacağım "tohum sabitleme" itirazının dayanağıdır. Ancak burada şimdiden belirtilmesi gereken şey, deterministik örneklemenin yalnızca gürültüden görüntüye giden haritalamayı tekilleştirdiğidir; haritalamanın hangi noktadan başlayacağını ve metin koşuluna nasıl tepki vereceğini tekilleştirmez.

2.3. Flusser'ın Aparatı: Program, Oyun ve Rastlantı

Bu teknik yapının kavramsal karşılığını, Flusser'ın (1983/2000) fotoğraf üzerine geliştirdiği aparat kuramında bulmak mümkündür. Flusser'a göre teknik görüntüler aparatlar tarafından üretilir ve aparat, kendisine yazılmış bir programın olanaklar uzayı içinde işleyen bir kara kutudur. Fotoğrafçı, aparatın dışında duran bir özne değil, aparatla birlikte tek bir işlevsel bütün oluşturan,

"işlevlendirilmiş" (functionary) bir konumdadır. Flusser, fotoğraf makinesi satın alındığında ödenen bedelin metal ya da plastik için değil, makineyi görüntü üretebilir kılan program için ödendiğini vurgular.

Flusser'ın bu çözümlemesi, difüzyon modelleri için, fotoğraf makinesi için olduğundan daha isabetlidir. Fotoğraf makinesinin programı görece dar ve büyük ölçüde tahmin edilebilirdi; kullanıcı, aparatın olanaklar uzayını deneyerek haritalayabilirdi. Difüzyon modelinin programı ise milyarlarca görüntü üzerinden istatistiksel olarak öğrenilmiştir ve kullanıcı tarafından haritalanabilir değildir. Flusser'ın "programa karşı oynamak" olarak tanımladığı özgürleşme stratejisi — aparatın öngörmediği bilgiyi ona dayatmak, programın olanaklarını tüketmek — burada çok daha zor hâle gelir, çünkü program artık sonlu bir kurallar kümesi değil, sürekli ve devasa bir olasılık uzayıdır.

Manovich (2013), yazılımın kültürel üretimin altyapısı hâline gelmesini incelerken benzer bir dinamiğe dikkat çekmişti: yazılım, üzerinde çalıştığı medyayı yalnızca taşımaz, onun ne olabileceğini de belirler. Difüzyon modelleri bu belirlemenin en yoğun biçimidir; çünkü burada yazılım, bir aracın davranışını değil, doğrudan görüntünün olasılık yapısını taşımaktadır.

Bu kuramsal çerçeve, bölümün ana savını formüle etmeyi kolaylaştırır. Flusser'ın aparatı, tanımı gereği bir olasılıklar oyunudur; grafik tasarımın şartname kipi ise, tanımı gereği olasılığın dışlanmasını talep eder. Uyumsuzluk buradadır.

3. UYUMSUZLUĞUN ANATOMİSİ

3.1. Marka Kimliği Neden Tekrarlanabilirlik Talep Eder?

Marka kimliğinin tutarlılık talebi, estetik bir tercih değil, işlevsel bir zorunluluktur. Bir görsel öğe, ancak tekrar tekrar aynı biçimde karşımıza çıktığı için markayla özdeşleşir. Phillips ve arkadaşlarının (2014a) sanat yönetmenleriyle yaptığı görüşmelerde ortaya çıkan "sahiplenilebilir" (ownable) görsel öğe kavramı bunu iyi anlatır: bir renk, bir biçim ya da bir tipografik karakter, rekabet alanı içinde ancak istikrarlı biçimde kullanıldığında markanın malı hâline gelir. İstikrarsız kullanım, sahiplenmeyi imkânsızlaştırır.

Buradaki mantık, sanat yapıtının değerini biricikliğine bağlayan geleneksel anlayışla karıştırılmamalıdır; grafik tasarımda durum tam tersidir. Grafik tasarım ürünü, biricik olmadığı için değerlidir. Bir logonun değeri, tek bir nüshasında değil, milyonlarca özdeş nüshasının toplamında yatar. Dolayısıyla grafik

tasarımın karakteristik teknolojisi, biricikliği koruyan değil, özdeşliği güvence altına alan teknolojidir: baskı, standart, kılavuz, vektör.

Vektör formatının bu bağlamdaki konumu öğreticidir. Vektör, bir görüntüyü piksel dizisi olarak değil, matematiksel tanımlar dizisi olarak saklar. Bu, ölçekten bağımsız kesinlik sağlar: aynı eğri, bir kartvizitte ve bir bina cephesinde tam olarak aynı eğridir. Grafik tasarımın kurumsal kimlik alanının vektör formatına bu kadar bağlı olmasının nedeni budur. Üretken modellerin çıktısı ise raster biçimindedir ve raster biçime dönüştürme, tanım gereği kesinliğin bir örneklemeye çevrilmesi demektir.

3.2. Örneklem Varyansı ile Şartname Arasındaki Gerilim

Buraya kadar söylenenler bir araya getirildiğinde uyumsuzluğun yapısı şöyle formüle edilebilir. Difüzyon modeli, bir dağılımdan örnek çeker; şartname, bir noktayı sabitler. Örneklem ile nokta arasındaki fark, doğrulukla değil, kategoriyle ilgilidir. Modelden çekilen bir örnek, hedeflenen noktaya ne kadar yakın olursa olsun, hâlâ bir örnektir; yani bir sonraki çekilişte aynı olacağının garantisi yoktur.

Bu farkı somutlaştırmak için bir düşünce deneyi yararlı olabilir. Bir kurum, kimlik kılavuzunda tanımlanmış bir illüstrasyon üslubunu benimsemiş olsun. Bu üslup, kurumun tüm iletişim malzemelerinde kullanılacaktır. Geleneksel yolla çalışıldığında, illüstratör kılavuza bakar, kuralları uygular ve çıktı — insan elinden kaynaklanan küçük varyasyonlar dışında — kılavuza uygundur; uygun olmadığında ise nerede ve neden saptığı gösterilebilir. Üretken modelle çalışıldığında ise durum farklıdır: model kılavuza bakmaz, bir dağılıma bakar. Çıktının kılavuza uyup uymadığı, ancak üretildikten sonra dışarıdan denetlenebilir. Uymadığında, sapmanın nedeni gösterilemez; yalnızca yeniden üretim denenebilir.

Bu, denetim döngüsünün yerinin değişmesi anlamına gelir. Geleneksel süreçte denetim üretimin içindedir: illüstratör, çizerken kılavuzu gözetir. Üretken süreçte denetim üretimin dışına, sonrasına taşınır: tasarımcı, üretilmiş olanı seçer ya da reddeder. Bu yer değiştirme, bölümün beşinci kısmında ele alacağım yetkinlik kaymasının kökenidir.

Ayrıca, denetimin dışsallaşması maliyeti ortadan kaldırmaz; yalnızca görünmez kılar. Bir üretimin kılavuza uyup uymadığını değerlendirmek, kılavuza uygun üretim yapmak kadar uzmanlık gerektirir. Fark şudur: ikinci durumda uzmanlık üretkendir, birinci durumda yalnızca eleyicidir.

3.3. Uygulamacı Deneyimine İlişkin Ampirik Bulgular

Buraya kadar geliştirilen argüman kuramsaldır; ancak uygulamacıların deneyimini belgeleyen çalışmalar, aynı yapıyı ampirik düzeyde de doğrulamaktadır. Naqvi vd. (2025), farklı deneyim düzeylerindeki yirmi sekiz tasarımcıyla, katılımcıların daha önce ürettikleri gerçek görsellere dayanan görüşmeler yürütmüştür. Araştırmanın belki de en dikkat çekici yöntemsel bulgusu şudur: katılımcılara üretken yapay zekânın güçlükleri genel olarak sorulduğunda çoğunluk bu güçlükleri önemsizleştirmiş, ancak konuşma somut bir üretime bağlandığında çok daha karmaşık bir tablo ortaya çıkmıştır. Bu, alandaki genel söylemin neden ampirik gerçeklikten daha iyimser olduğunu da açıklayabilir.

Aynı çalışmada belgelenen güçlükler, bu bölümün savını doğrudan destekler niteliktedir. Katılımcılar, yeniden üretilebilirliğin başlıca sorun olduğunu; aynı girdinin farklı zamanlarda farklı sonuçlar verebildiğini bildirmişlerdir. Bir katılımcı, aynı girdiyi iki ya da daha fazla kez kullandığında sonucun değişebildiğini belirtmiştir. Araştırmacılar ayrıca, araçların çoğunun belirli bir üslubu kaydedip birden fazla görsel boyunca tek biçimli olarak uygulama yeteneğinden yoksun olduğunu; bunun ise bütünlüklü ve üslup odaklı bir tasarım yaklaşımı açısından kritik bir eksiklik oluşturduğunu vurgulamaktadır (Naqvi vd., 2025).

İstem mühendisliğine ilişkin bulgular da aynı yöne işaret eder. Aynı çalışmada, istemdeki küçük değişikliklerin — noktalama ya da dil bilgisi farklılıkları dâhil — bütünüyle farklı ve bazen ilgisiz sonuçlara yol açabildiği; modelin ayrıntılı istemlerin bazı bölümlerini aşırı vurgularken diğerlerini tümüyle gözden kaçırabildiği belgelenmiştir. Buna, sistemin belirli bir sonucu neden ürettiğine ilişkin açıklama sunmaması eklendiğinde, düzenleme süreci bir tahmin oyununa dönüşmektedir (Naqvi vd., 2025).

Benzer örüntüler başka alanlarda da gözlenmiştir. Vimpari ve arkadaşları (2023), oyun endüstrisi profesyonelleriyle yürüttükleri araştırmada, katılımcıların bir bölümünün üretken görüntü araçlarının yaratıcı emeği değersizleştirebileceğine ve geleneksel becerileri edinmekten caydırabileceğine ilişkin kaygılarını kaydetmiştir. Wadinambiarachchi ve arkadaşları (2024) ise, üretken yapay zekânın tasarım saplanması (design fixation) ve ıraksak düşünme üzerindeki etkilerini deneysel olarak incelemiş; katılımcıların ürettikleri eskizler ile modelin ürettiği görseller arasında benzerlikler saptamış, bazı durumlarda katılımcıların model çıktılarından öğeleri doğrudan kopyaladığını gözlemlemiştir. Araştırmacılara göre, üretken araçların ilham kaynağı olarak başarılı olabilmeleri için kopyalamadan daha etkili stratejileri teşvik etmeleri gerekmektedir.

Bu bulgular topluca ele alındığında, bölümün savını iki yönden desteklemektedir. Birincisi, uygulamacıların yaşadığı temel güçlük hız ya da kalite değil, tutarlılık ve yeniden üretilebilirliktir — yani tam olarak şartname kipinin talep ettiği şey. İkincisi, araçların en güçlü olduğu yer, katılımcıların da belirttiği üzere, çok sayıda seçeneğin hızla üretildiği erken aşamadır — yani tam olarak keşif kipi.

4. KARŞI ARGÜMANLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Buraya kadar geliştirilen sav, teknik yazına aşina bir okur için fazla kesin görünebilir. Üretken modellerin denetlenebilirliğini artırmak için geliştirilmiş bir dizi yöntem mevcuttur ve bunların uyumsuzluğu ortadan kaldırıp kaldırmadığı sorulmalıdır. Bu kısımda dört itiraz sırayla ele alınmaktadır.

4.1. "Tohum Sabitlenirse Üretim Yinelenebilir"

İtiraz şudur: eğer başlangıç gürültüsünü belirleyen tohum (seed) değeri sabitlenir ve deterministik bir örnekleyici kullanılırsa, aynı istem aynı görüntüyü verecektir. Bu itiraz teknik olarak doğrudur. Song ve arkadaşlarının (2021) gösterdiği gibi, Markov tipi olmayan difüzyon süreçleri deterministik üretim süreçlerine karşılık gelebilir; bu durumda gürültüden görüntüye giden haritalama tekilleşir.

Ancak bu itiraz, determinizmin yerini yanlış konumlandırmaktadır. Sabitlenen şey, üretim sürecinin bir aşamasıdır; tasarım probleminin çözümü değil. Bir tohum sabitlendiğinde elde edilen şey, "istediğim görüntü" değil, "bu tohumla bu istemin verdiği görüntü"dür. Tasarımcı, hedeflediği görüntüye karşılık gelen tohumu önceden bilemez; ancak çok sayıda deneme yaparak bulabilir. Yani tohum sabitleme, arama sürecini ortadan kaldırmaz; yalnızca bulunan bir sonucun arşivlenmesini sağlar.

Dahası, bu tekrarlanabilirlik kırılgandır. Model sürümü, örnekleyici, adım sayısı, rehberlik ölçeği, hatta kullanılan donanım ve kütüphane sürümü değiştiğinde, aynı tohum aynı görüntüyü vermeyebilir. Kurumsal kimlik bağlamında bu, ciddi bir sorundur: bir marka varlığının, üretildiği yazılım yığınının belirli bir konfigürasyonuna bağımlı olması, o varlığın uzun vadeli sürdürülebilirliğini ortadan kaldırır. Buna karşılık bir vektör dosyası, üretildiği yazılımdan bağımsız olarak kendi kendini tanımlar.

En temelde ise şu vardır: tohum sabitleme, bir görüntünün yeniden üretilmesini sağlayabilir, ama bir kuralın uygulanmasını sağlayamaz. Şartname kipinin talebi, "aynı görüntüyü tekrar üret" değil, "bu kuralı yeni bir bağlamda uygula"dır. Bir kimlik kılavuzu, bir görüntüler arşivi değil, bir üretim kuralları bütünüdür. Tohum sabitleme, arşive hizmet eder; kurala değil.

4.2. "İnce Ayar ve LoRA Üslubu Öğretir"

İkinci itiraz, modelin belirli bir görsel dili öğrenmesini sağlayan uyarlama tekniklerine dayanır. Ruiz ve arkadaşları (2023), DreamBooth yöntemiyle, bir öznenin yalnızca birkaç görüntüsü verildiğinde modelin bu özneyi benzersiz bir tanımlayıcıyla ilişkilendirmeyi öğrenebileceğini ve ardından özneyi farklı bağlamlarda yeniden üretebileceğini göstermiştir. Hu ve arkadaşlarının (2022) önerdiği düşük ranklı uyarlama (LoRA) yöntemi ise, önceden eğitilmiş ağırlıkları dondurup her katmana eğitilebilir düşük ranklı matrisler enjekte ederek, eğitilebilir parametre sayısını büyük ölçüde azaltmakta ve uyarlamayı pratik hâle getirmektedir. Bu tekniklerin görsel üretim alanındaki yaygın kullanımı, üslup tutarlılığı sorununun çözüldüğü izlenimini yaratmaktadır.

Ancak bu tekniklerin yaptığı şey dikkatle tanımlanmalıdır. İnce ayar, dağılımı daraltır; noktaya indirgemez. Uyarlanmış bir model, hedef üsluba daha yakın örnekler üretir — yani dağılımın merkezi hedefe kaydırılmış, varyansı azaltılmıştır. Ama hâlâ bir dağılımdır ve hâlâ örnek çekilmektedir. Marka kimliği açısından bu, "çoğunlukla doğru" bir sistem demektir; oysa Phillips ve arkadaşlarının (2014b) gösterdiği gibi, profesyonellerin kimlik sapmalarına karşı kabul aralığı dardır. "Çoğunlukla doğru", kimlik yönetiminde yeterli bir standart değildir.

İkinci bir sınırlılık, uyarlamanın kendisinin bir üretim maliyeti taşımasıdır. Her yeni üslup, her yeni karakter, her yeni kimlik için ayrı bir uyarlama gerekir; bu uyarlamalar veri, hesaplama ve uzmanlık ister. Naqvi ve arkadaşlarının (2025) çalışmasında, kıdemli öğrenciler ve profesyoneller, üretken araçları iş akışlarına entegre ederken teknik ve kaynak sınırlılıklarıyla karşılaştıklarını; teknik bilgi birikimi olmadan çıktıların profesyonel iş için gereken inceliği taşımadığını bildirmişlerdir. Yani uyarlama, emeği ortadan kaldırmaz; yerini değiştirir.

Üçüncü ve kavramsal olarak en önemli sınırlılık şudur: ince ayar, bir kuralı değil, bir örüntüyü öğretir. Kimlik kılavuzu "logo, çevresinde kendi x-yüksekliği kadar boş alan bırakılmadan kullanılamaz" der. Bu, örneklerden

çıkarılan istatistiksel bir eğilim değil, ya uyulan ya da ihlal edilen bir kısıttır. İstatistiksel bir sistem, kısıtları ancak eğilim olarak temsil edebilir; eğilimler ise ihlal edilebilir.

4.3. "Koşullandırma Katmanları Denetim Sağlar"

Üçüncü itiraz, uzamsal denetim mekanizmalarına dayanır. Zhang, Rao ve Agrawala (2023), ControlNet mimarisiyle, önceden eğitilmiş büyük metinden görüntüye modellere uzamsal koşullandırma denetimleri eklemenin mümkün olduğunu göstermiştir. Yöntem, üretime hazır büyük modelin parametrelerini kilitler ve sıfır değerli evrişim katmanlarıyla bağlanan eğitilebilir bir kopya kullanarak kenar, derinlik, bölütleme ve poz gibi koşullar altında denetim sağlar. Bu, üretimin kompozisyon düzeyinde yönlendirilebileceği anlamına gelir.

Bu itirazın gücü kabul edilmelidir; koşullandırma katmanları, üretken sistemlerin tasarım pratiğine entegrasyonundaki en anlamlı adımlardan biridir. Ancak burada da denetimin nereden geldiğine dikkat etmek gerekir. ControlNet, uzamsal denetimi modelden değil, kullanıcının sağladığı koşul görüntüsünden alır. Yani kompozisyonun kesinliği, kullanıcının önceden ürettiği bir kenar haritasında, bir derinlik haritasında ya da bir poz iskeletinde yatar. Model, bu kesinliği üretmez; verilen kesinliğin içini doldurur.

Bu, uyumsuzluğun ortadan kalkması değil, iş bölümünün açığa çıkmasıdır. Deterministik olan kısım — yapı, kompozisyon, kısıt — hâlâ insandan gelmektedir. Stokastik olan kısım — doku, üslup, ayrıntı — modelden gelmektedir. Bir başka deyişle, koşullandırma katmanları bölümün savını çürütmek yerine somutlaştırmaktadır: tasarımın deterministik gereksinimleri, ancak modelin dışında karşılanabildiği ölçüde karşılanmaktadır.

4.4. "Modeller Gelişiyor, Bu Geçici Bir Sorun"

Dördüncü ve en yaygın itiraz, zamansaldır: bugünkü sınırlılıklar yarın aşılacaktır. Bu itiraz, teknolojinin tarihine bakıldığında ciddiye alınmayı hak eder; "kategorik" olduğu düşünülen birçok sınırın sonradan bir mühendislik sorunu olduğu anlaşılmıştır.

Yine de burada bir ayrım yapmak gerekir. Difüzyon modellerinin stokastikliği, çözülecek bir hata değil, işlevlerinin kaynağıdır. Bir modelin belirli bir istem için tek bir çıktı vermesi sağlansa — yani dağılım tümüyle bir noktaya

çökertilse — model, üretken bir model olmaktan çıkar ve bir arama motoruna dönüşür. Çeşitlilik ile kesinlik arasındaki bu değiş tokuş, mimariden bağımsız görünmektedir: bir sistem ya olasılık uzayında dolaşarak yeni bileşimler üretir ya da sabit bir eşlemeyi yürütür; ikisini aynı anda, aynı işlem için yapamaz.

Bu nedenle, beklenen gelişmenin biçimi hakkında bir öngörüde bulunmak mümkündür. Gelecekteki sistemler muhtemelen stokastik bir üretkeni deterministik bir denetim katmanıyla birleştiren melez mimariler olacaktır; nitekim ControlNet gibi yaklaşımlar bu yönelimin erken örnekleridir. Ancak böyle bir sistemde deterministik kısım, üretkenin bir özelliği değil, ona eklenen ayrı bir bileşen olacaktır. Bu da bölümün savını ortadan kaldırmaz, tersine onaylar: grafik tasarımın şartname kipi, üretken modelin içinden değil, ancak yanından karşılanabilir.

5. SÜREÇ DÜZEYİNDE ÇIKARIMLAR

5.1. Eskizin Epistemik İşlevi ve Geri Konuşmayan Çıktı

Uyumsuzluğun ilk ve belki en incelikli sonucu, tasarım sürecindeki düşünme araçlarıyla ilgilidir. Goldschmidt (1991), mimarların eskiz yapma süreçlerini inceleyerek, eskizin zihinde hazır bulunan bir imgeyi temsil etmediğini; aksine, tasarlanmakta olan şeyin imgelerinin doğmasına yardımcı olan görsel diziler ürettiğini göstermiştir. Goldschmidt'e göre eskiz yapma, biçimsel ve biçimsel olmayan argüman kipleri arasında düzenli geçişler sergileyen bir görsel akıl yürütme örüntüsüdür; imgeler bu salınım yoluyla kademeli olarak dönüşür ve süreç, tasarımcı yeterli tutarlılığa ulaşıldığına hükmettiğinde sona erer. Goldschmidt (2003) bu ilişkiyi daha sonra "kendi ürettiği eskizin geri konuşması" olarak kavramsallaştırmıştır.

Bu, eskizin bir ürün değil bir düşünme aracı olduğu anlamına gelir. Eskizin epistemik değeri, tasarımcının kendi çiziminden beklemediği bir şey okuyabilmesinden gelir. Schön'ün (1992) "tasarım durumunun malzemeleriyle düşünümsel konuşma" nitelemesi, aynı olguyu daha genel bir düzeyde ifade eder.

Difüzyon modelinin çıktısı ise, bu anlamda geri konuşmaz. Elbette tasarımcıyı şaşırtabilir; hatta beklenmedik bileşimler sunma kapasitesi, keşif kipindeki en önemli katkısıdır. Ancak bu sürpriz, tasarımcının kendi hamlesinin sonucu değildir. Eskizde sürpriz, tasarımcının elinden çıkan bir işaretin, tasarımcının niyetini aşan bir okumaya açılmasından doğar; bu nedenle sürpriz, tasarımcının kendi düşüncesiyle ilişkilidir ve üzerine bir sonraki hamle kurulabilir. Model çıktısındaki sürpriz ise dışsaldır: sistemden gelir, tasarımcının hamlesinden de-

ğil. Tasarımcı bu sürprizi ancak kabul edebilir ya da reddedebilir; onu üreten hamleyi anlamadığı için, üzerine kurulacak bir sonraki hamleyi de kestiremez.

Bu farkın pratik sonucu, ara aşamanın kaybolmasıdır. Eskiz sürecinde çizim ile düşünce arasında sürekli bir alışveriş vardır ve bu alışverişin her adımı tasarımcıya bilgi kazandırır. Üretken süreçte ise istem ile çıktı arasında bir kara kutu bulunur; tasarımcı, istemi değiştirdiğinde çıktının neden değiştiğini bilemez. Naqvi ve arkadaşlarının (2025) belgelediği "açıklanabilirlik eksikliğinden kaynaklanan düzenleme sıkıntısı", tam olarak bu ara aşama kaybının uygulamadaki karşılığıdır.

5.2. Üreticiden Küratöre: Yetkinliğin Yer Değiştirmesi

Üretim maliyeti sıfıra yaklaştığında, tasarımcının eylemi üretmekten seçmeye kayar. Naqvi ve arkadaşları (2025), bu kaymayı "yaratıcılığın hesaplamalı nesneleştirilmesi" olarak kavramsallaştırmakta; tasarımcıların artık birincil yaratıcılar değil, yapay zekâ çıktılarına ince ayar yapan küratörler hâline geldiğini ileri sürmektedir. Araştırmacılara göre bu küratörlük rolünü tercih eden büyüyen bir kesim vardır, çünkü rol zaman ve emek tasarrufu sağlar ve asgari düzeyde tasarım uzmanlığı gerektirir.

Bu kaymanın önemli bir soruyu doğurduğunu düşünüyorum: seçmek, üretirken öğrenmenin yerini tutar mı? Cross'un (1982) tasarımcıya özgü bilme biçimleri ve Schön'ün (1983) eylem içinde düşünüm kavramları, tasarım uzmanlığının büyük ölçüde yapma yoluyla kazanıldığını öngörür. Uzmanlık, kuralları öğrenerek değil, kuralların yetmediği durumları defalarca deneyimleyerek gelişir. Eğer bu deneyimlerin gerçekleştiği aşama — varyasyon üretme, uygulama, adaptasyon — otomatikleştirilirse, uzmanlığın kazanıldığı basamaklar da ortadan kalkar.

Bu, mesleğin uzun vadeli yeniden üretimine ilişkin yapısal bir sorundur. Kısa vadede verimlilik artar; orta vadede ise sektör, kendi uzman havuzunu besleyen mekanizmayı zayıflatmış olur. Naqvi ve arkadaşlarının (2025) bulguları bu kaygının uygulamacılar arasında da paylaşıldığını göstermektedir: profesyonel tasarımcılar, üretken araçlara aşırı bağımlılığın yaratıcı becerileri körelteceğini ifade etmiş; kıdemli öğrenciler ise araçların eğitim programına erken aşamada dâhil edilmesine karşı en olumsuz tepkiyi vermiştir.

Burada dikkatli olmak gerekir. Bu tespit, teknolojiye karşı korumacı bir tutumu meşrulaştırmak için kullanılmamalıdır. Her otomasyon dalgası benzer kaygılar üretmiştir ve bunların bir kısmı gerçekleşmemiştir. Ancak bu bölümün

savı bağlamında, kaymanın hangi kipte gerçekleştiği önemlidir. Şartname kipindeki işlerin — yani hacmi yüksek, görünürlüğü düşük, ama uzmanlık kazandıran işlerin — devredilmesi, keşif kipindeki işlerin devredilmesinden farklı bir sonuç doğurur. Çünkü uzmanlık, keşif kipinde değil, tam olarak şartname kipinde kazanılır: kısıtlarla defalarca çalışmış olmak, sonradan kısıtları kurabilme yetisini verir.

5.3. Homojenleşme ve Ayırt Edicilik Paradoksu

Üçüncü çıkarım, tek tek tasarımcıların değil, alanın bütününün düzeyindedir. Doshi ve Hauser (2024), üretken yapay zekânın yaratıcılık üzerindeki etkisini deneysel olarak inceledikleri çalışmalarında, üretken yapay zekâ fikirlerine erişimin öykülerin daha yaratıcı, daha iyi yazılmış ve daha keyifli olarak değerlendirilmesine yol açtığını — özellikle daha az yaratıcı yazarlar açısından — bulmuşlardır. Ancak aynı çalışma, üretken yapay zekâ destekli öykülerin birbirlerine, yalnızca insanlar tarafından yazılan öykülere kıyasla daha çok benzediğini de göstermiştir. Araştırmacılar bunu bir toplumsal ikilem olarak tanımlar: üretken yapay zekâyla bireysel yazarlar daha iyi durumdadır, ama toplu olarak daha dar bir yenilik alanı üretilmektedir.

Bu bulgu yazınsal üretim üzerinedir ve doğrudan grafik tasarıma genellenemez. Ancak grafik tasarım için özellikle rahatsız edici bir soru doğurur; çünkü grafik tasarımın temel işlevlerinden biri ayırt ediciliktir. Bir marka kimliği, benzerlik üretmek için değil, farklılık üretmek için vardır. Rekabet alanı içinde "sahiplenilebilir" bir görsel öğe bulmak (Phillips vd., 2014a), tanımı gereği başkalarının kullanmadığı bir öğe bulmaktır.

Burada bir paradoks belirir. Üretken model, eğitim verisindeki istatistiksel merkeze yakın çıktılar üretmeye eğilimlidir; çünkü yaptığı şey, öğrendiği dağılımdan örnek çekmektir. Yani modelin en "iyi" çıktısı, en tipik çıktısına yakındır. Grafik tasarımın kurumsal kimlik alanında aranan şey ise, tam tersine, atipik olandır. Model, ayırt edici bir kimlik üretmeye çalışırken kendi istatistiksel yer çekimine karşı çalışmak zorundadır.

Buna Wadinambiarachchi ve arkadaşlarının (2024) tasarım saplanmasına ilişkin bulgusu eklendiğinde tablo daha da karmaşıklaşır. Eğer tasarımcılar model çıktılarına saplanma eğilimindeyse ve model çıktıları istatistiksel merkeze yöneliyorsa, sonuç yalnızca modelin homojenleştirici olması değil, tasarımcının da bu homojenleşmeye ortak olmasıdır.

5.4. Tasarım Eğitimi İçin Çıkarımlar

Bölümün savı, tasarım eğitimi açısından oldukça somut sonuçlar üretir. Eğer üretken modeller keşif kipiyle uyumlu, şartname kipiyle uyumsuzsa, eğitimin bu iki kipi birbirinden ayırt etmeyi öğretmesi gerekir. Öğrencinin öğrenmesi gereken şey, hangi aracın "daha iyi" olduğu değil, elindeki problemin hangi kipte olduğudur.

Bu, ders programı düzeyinde birkaç öneri doğurur. Birincisi, üretken araçların keşif aşamasında kullanılması ve bu kullanımın açıkça keşif olarak adlandırılmasıdır. İkincisi, şartname kipinin — kimlik kılavuzu yazımı, ızgara sistemleri, tipografik detaylandırma, baskı öncesi denetim — geleneksel yöntemlerle ve kısıt bilinciyle öğretilmeye devam edilmesidir. Üçüncüsü, iki kip arasındaki geçişin kendisinin bir öğretim konusu hâline getirilmesidir: bir keşif çıktısı, hangi koşullarda ve hangi işlemlerden geçerek bir şartnameye dönüşür?

Naqvi ve arkadaşlarının (2025) bulguları, uygulamacıların sezgisel olarak bu yönde düşündüğünü göstermektedir. Kıdemli öğrenciler ve profesyoneller, üretken araçların ancak temel beceriler yerleştikten sonra devreye girmesi gerektiğini savunmuş; bazıları eğitimin ilk yıllarında bu araçlara erişimin sınırlandırılmasını önermiştir. Hwang (2025) ise, metinden görüntüye üretim çağında grafik tasarım eğitiminin geleneksel eğitimden farklı hedefler ve yöntemler gerektirdiğini savunmakta ve tasarımcının rolünün içerik üreticiliğine doğru kaydığını ileri sürmektedir.

Bu bölümün önerisi, söz konusu tartışmaya bir çerçeve kazandırmaktır. "Yapay zekâ ne zaman öğretilmeli?" sorusu, kip ayrımı olmadan yanıtlanamaz; çünkü yanıt her iki kip için farklıdır. Keşif kipinde üretken araçlar erken aşamada tanıtılabilir, hatta tanıtılmalıdır: burada tehlike, öğrencinin çeşitliliğe erişmesi değil, erişememesidir. Şartname kipinde ise erken tanıtım gerçekten sorunludur; çünkü öğrenci, henüz kısıtlarla çalışmayı öğrenmeden, kısıtları dolaylı yoldan aşan bir araçla tanışmış olur.

SONUÇ: ARAÇ SEÇİMİNDEN PROBLEM TİPOLOJİSİNE

Bu bölüm, grafik tasarım ile üretken yapay zekâ arasındaki ilişkinin araçsal değil ontolojik bir düzeyde ele alınması gerektiğini savundu. Difüzyon modelleri, öğrenilmiş bir olasılık dağılımından örnek çeken stokastik sistemlerdir; grafik tasarımın şartname kipi ise birebir tekrarlanabilirlik talep eder. Bu ikisi arasındaki gerilim, daha iyi bir model ya da daha iyi bir istemle çözülecek bir güçlük değil, iki sistemin ne olduğuna ilişkin bir farktır.

Savın önemli bir sonucu, yaygın tartışmanın yanlış eksende yürüdüğüdür. "Yapay zekâ tasarımcının yerini alacak mı?" sorusu, grafik tasarımı türdeş bir bütün varsaydığı için yanıtlanamaz durumdadır. Sorunun yerine iki soru geçmelidir: üretken modeller keşif kipinde ne yapar, şartname kipinde ne yapamaz? Bu bölümün yanıtı şudur: keşif kipinde, üretim maliyetini düşürerek olasılık uzayını genişletirler ve bu gerçek bir katkıdır; şartname kipinde ise, yapıları gereği kural değil eğilim temsil ettikleri için, kimlik yönetiminin talep ettiği kesinliği sağlayamazlar.

Bu tespit, tasarımcı için pratik bir yönelim önerir. Araç seçimi, teknolojinin özelliklerinden değil, problemin tipolojisinden başlamalıdır. Elimdeki problem tanımlı mı, yoksa tanımlanmayı mı bekliyor? Çıktının tekrarlanabilir olması gerekiyor mu, yoksa çeşitlilik bir kaynak mı? Kısıtlar kural düzeyinde mi, yoksa eğilim düzeyinde mi işliyor? Bu sorulara verilen yanıtlar, üretken modelin süreçte nereye yerleşeceğini belirler.

Bölümün üzerinde durduğu ikinci mesele, kip ayrımının mesleğin yeniden üretimi açısından taşıdığı anlamdır. Uzmanlık, keşif kipinde değil şartname kipinde kazanılır; çünkü kısıtlarla defalarca çalışmış olmak, sonradan kısıt kurabilme yetisini verir. Şartname kipindeki işlerin devredilmesi, bu nedenle, yalnızca bir verimlilik kazanımı değil, aynı zamanda bir öğrenme kanalının daraltılmasıdır. Bu, teknolojinin engellenmesini gerektirmez; ancak öğrenmenin nerede gerçekleştiğine dair bilinçli bir tasarım gerektirir.

Son olarak, bölümün savunmadığı şeyleri de belirtmek gerekir. Bu bölüm, üretken modellerin grafik tasarım için yararsız olduğunu savunmamaktadır; tersine, keşif kipindeki katkılarının gerçek olduğunu kabul etmektedir. Modellerin gelişmeyeceğini de savunmamaktadır; savunulan şey, gelişmenin muhtemelen melez mimariler yönünde olacağı ve bu mimarilerde deterministik bileşenin üretkenin dışında kalacağıdır. Nihayet, bu bölüm tasarımcının konumunun güvende olduğunu da iddia etmemektedir; iddia edilen şey, tehdidin sanıldığı yerde olmadığıdır. Tehdit, modelin tasarımcıdan daha iyi görüntü üretmesi değil; tasarımcının, uzmanlığını kazandığı basamakları farkında olmadan terk etmesidir.

Bu çerçevenin sınırlılıkları da açıktır. Bölüm, kuramsal-eleştirel bir yaklaşımla kurulmuş olup ampirik bir araştırmaya dayanmamaktadır; başvurulan ampirik çalışmalar sınırlı örneklemlere sahiptir ve büyük ölçüde Batı bağlamında yürütülmüştür. Keşif ve şartname kipleri arasındaki ayrım analitik bir ayrımdır ve uygulamada kiplerin iç içe geçtiği durumlar mevcuttur. Ayrıca teknik alan hızla değişmektedir; burada geliştirilen argümanın difüzyon mimarisine özgü

kısımları, farklı üretim paradigmalarında yeniden değerlendirilmeyi gerektirebilir. Bu sınırlılıklar, kip ayrımının ampirik olarak sınanmasını — örneğin Türkiye'deki tasarım stüdyolarında keşif ve şartname kiplerinin iş hacmi içindeki payının ve üretken araçların her iki kipteki kullanım örüntülerinin araştırılmasını — gelecek çalışmalar için verimli bir yön olarak öne çıkarmaktadır.

KAYNAKÇA

Cross, N. (1982). Designerly ways of knowing. *Design Studies, 3*(4), 221–227. https://doi.org/10.1016/0142-694X(82)90040-0

Doshi, A. R., & Hauser, O. P. (2024). Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content. *Science Advances, 10*(28), eadn5290. https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290

Flusser, V. (2000). *Towards a philosophy of photography* (A. Mathews, Çev.). Reaktion Books. (Orijinal çalışma 1983 tarihlidir)

Goldschmidt, G. (1991). The dialectics of sketching. *Creativity Research Journal, 4*(2), 123–143. https://doi.org/10.1080/10400419109534381

Goldschmidt, G. (2003). The backtalk of self-generated sketches. *Design Issues, 19*(1), 72–88. https://doi.org/10.1162/074793603762667728

Ho, J., Jain, A., & Abbeel, P. (2020). Denoising diffusion probabilistic models. *Advances in Neural Information Processing Systems, 33*, 6840–6851.

Hu, E. J., Shen, Y., Wallis, P., Allen-Zhu, Z., Li, Y., Wang, S., Wang, L., & Chen, W. (2022). LoRA: Low-rank adaptation of large language models. *10th International Conference on Learning Representations (ICLR 2022)* içinde. OpenReview.net.

Hwang, Y. (2025). Graphic design education in the era of text-to-image generation: Transitioning to contents creator. *International Journal of Art & Design Education*. https://doi.org/10.1111/jade.12558

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.

Naqvi, S. M., He, R., & Kaur, H. (2025). Catalyst for creativity or a hollow trend? A cross-level perspective on the role of generative AI in design. *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '25)* içinde. ACM. https://doi.org/10.1145/3706598.3713233

Phillips, B. J., McQuarrie, E. F., & Griffin, W. G. (2014a). The face of the brand: How art directors understand visual brand identity. *Journal of Advertising, 43*(4), 318–332. https://doi.org/10.1080/00913367.2013.867824

Phillips, B. J., McQuarrie, E. F., & Griffin, W. G. (2014b). How visual brand identity shapes consumer response. *Psychology & Marketing, 31*(3), 225–236. https://doi.org/10.1002/mar.20689

Rittel, H. W. J., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy Sciences, 4*(2), 155–169. https://doi.org/10.1007/BF01405730

Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., & Ommer, B. (2022). High-resolution image synthesis with latent diffusion models. *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)* içinde (s. 10684–10695). IEEE. https://doi.org/10.1109/CVPR52688.2022.01042

Ruiz, N., Li, Y., Jampani, V., Pritch, Y., Rubinstein, M., & Aberman, K. (2023). DreamBooth: Fine tuning text-to-image diffusion models for subject-driven generation. *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)* içinde (s. 22500–22510). IEEE.

Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.

Schön, D. A. (1992). Designing as reflective conversation with the materials of a design situation. *Knowledge-Based Systems, 5*(1), 3–14. https://doi.org/10.1016/0950-7051(92)90020-G

Sohl-Dickstein, J., Weiss, E., Maheswaranathan, N., & Ganguli, S. (2015). Deep unsupervised learning using nonequilibrium thermodynamics. *Proceedings of the 32nd International Conference on Machine Learning (ICML)* içinde (s. 2256–2265). PMLR.

Song, J., Meng, C., & Ermon, S. (2021). Denoising diffusion implicit models. *9th International Conference on Learning Representations (ICLR 2021)* içinde. OpenReview.net.

Vimpari, V., Kultima, A., Hämäläinen, P., & Guckelsberger, C. (2023). "An adapt-or-die type of situation": Perception, adoption, and use of text-to-image-generation AI by game industry professionals. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 7*(CHI PLAY), 131–164.

Wadinambiarachchi, S., Kelly, R. M., Pareek, S., Zhou, Q., & Velloso, E. (2024). The effects of generative AI on design fixation and divergent thinking. *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '24)* içinde (s. 1–18). ACM. https://doi.org/10.1145/3613904.3642919

Zhang, L., Rao, A., & Agrawala, M. (2023). Adding conditional control to text-to-image diffusion models. *Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV)* içinde (s. 3836–3847). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICCV51070.2023.00355

9. BÖLÜM

GRAFİK TASARIMININ DÖNEMLER ARASINDA GEÇİRDİĞİ SÜREÇ VE BU SÜRECİN TEMATİK DERGİLERE YANSIMASI

Dr. Öğr. Üyesi İlter ALKAN
Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
ilteralkan@trakya.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-3889-587X

GİRİŞ

Bir bilginin hedef kitleye en verimli yoldan nasıl ulaştırılacağını bir sorun olarak ele alıp buna yaratıcı çözümler üreten sürece görsel iletişim tasarımı denir. Toplumsal ihtiyaçlar, iletişimi insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Kitleleri etkilemek, onlarda yeni tutumlar oluşturmak, var olan davranışları değiştirmek veya karşılıklı bilgi alışverişi sağlamak gibi temel hedefler ise tercih edilecek iletişim kanallarını ve yöntemlerini şekillendirmektedir. İnsanın toplum olarak yaşaması ve üretim faaliyetlerinde bulunması iletişimi zorunlu kılmıştır. İnsan sadece iletişim aracılığı ile var olan toplumsal ilişkileri yeniden yürütebilir. Toplumun materyal ilişkilerini sürdürmek ve desteklemek için iletişimin araçları olan dil, söz, anlam ve bu anlamaların aktarılmasını sağlayan teknolojik araçlar kullanılır. İkinci sanayi devrimi sonrası kitle iletişim araçlarıyla sürdürülen iletişim şekli, kapitalizmin tekelci aşamaya ulaştığı 19. yüzyılın sonlarından itibaren görülmeye başlanmıştır ve toplumsal üretimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu kavram varlığını sürdürebilmesi için ekonomik anlamda üretime devam etmek zorundadır ve bu anlamda medya hem ekonomik hem de ideolojik düzlemde devamlılığını ve

kalıcılığını sağlayan sektör konumunda olduğu ifade edilebilir.

Medya organlarını kullanarak kitlelere ulaşmanın yollarından biri de dergilerdir. Tematik dergiler basım tekniklerindeki gelişmelere paralel olarak özellikle 1920'li yıllardan sonra farklı kitlelere ulaşmak amacıyla yaygınlık kazanmıştır. Modernist akımı getiren İngiltere'deki Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali, toplumun beklentilerini ve tüketim alışkanlıklarını tamamen değiştirmiştir. 19. Yüzyıl ortalarından itibaren teknolojik gelişmelere bağlı olarak tematik dergiler insan hayatında ve toplumun her kesiminde önemli bir rol oynamıştır. Bu dönemde çıkan dergilerden birkaçını sıralamak gerekirse: Esquire, Good Housekeeping, Bazaar, Vanity Fair ve Vogue gibi isimler söylenebilir. Bu dergilerin hedef kitleleri farklı kişilere odaklı olmasına rağmen çıkartıldıkları dönemde hepsinin ortak bir yönü vardı, dergi tasarımlarında modern sanat ve görsel kültürün olumlu etkileri görülmekteydi ve tek olma özelliği taşıyorlardı. Fakat günümüz tasarım ve içerik anlayışına baktığımızda medyanın mülkiyet yapısının küresel kapitalizmle birleşmesi, medyada magazinin önem kazanmasına ve magazinleşmenin artmasına neden olmuştur. Kitle iletişim araçlarının içeriklerinde görülen metalaşma, homojenleşme ve tek tipleşme kapitalist ekonominin desteklediği politikaların ürünüdür. Kapitalist sistemin şekillendirdiği üretim dinamikleri çerçevesinde, sadece gündelik pratiklere hitap eden fiziksel ürünler değil; aynı zamanda bireylerin algılarını, duygusal tepkilerini ve bilinç dünyalarını hedef alan metalar da piyasaya sürülmeye başlanmıştır. Kapitalizm kazanç ve ticaret üzerine kurulu işleyişi insan ve toplum yaşamının tüm kesitlerine etki eder, insana dair ne varsa ticari ilişkileri içerisine çekilerek kullanır. Kapitalist anlayışta her şeyin ve herkesin bir maddi bedeli vardır, dolayısıyla da kapitalizmin alışveriş ortamında bir biçimde işe yarar.

Kültür Endüstrisi kavramı, Adorno ve Horkheimer tarafından 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında Avrupa ve Amerika'da büyüyen eğlence sektörünün, kültürü nasıl alınıp satılan bir ürüne çevirdiğini anlatmak için kullanılmıştır. Düşünürler, bu süreçte sanatsal eserlerin fabrikasyonlaştığını ve tamamen kapitalizmin para kazanma hedefine uygun olarak toplumun tüketimi için tasarlandığını savunur. Bireylere belirli bir dünya görüşünü ve yaşam tarzını dayatan bu ürünler, toplumun farklı kesimlerince tüketildikçe kalıcı bir yaşam biçimi haline gelir. Sonuç olarak, insanların hem düşünceleri hem de davranış biçimleri tek boyutlu ve standart bir yapıya bürünür. Adorno kültür endüstrisi ortamında üretilen insanların tüketimine sunulan bilgilerin kitlelerin bilgi ve bilinç biçimlerinin tam örtüşmediğini ileri sürer. Tüketici kitlelerin gerçek arzuları veya hakiki ihtiyaçlarından ziyade, hangi ürünü daha zahmetsizce satın

alabilecekleri piyasa için daha kritik bir unsurdur. Kapitalist sistemin ticari dinamikleri doğrultusunda evrilen reklam ve pazarlama stratejileri, bu tüketim eğilimini yönlendirme konusunda oldukça ilerlemiştir (Güngör, 2011:136). Bu sistemde temel amaç, bireylerin bir nesneye nesnel olarak ihtiyaç duyması değil; o ürünü satın almaları için onlarda yapay bir eksiklik algısı ve "ihtiyaç hissi" yaratabilmektir.

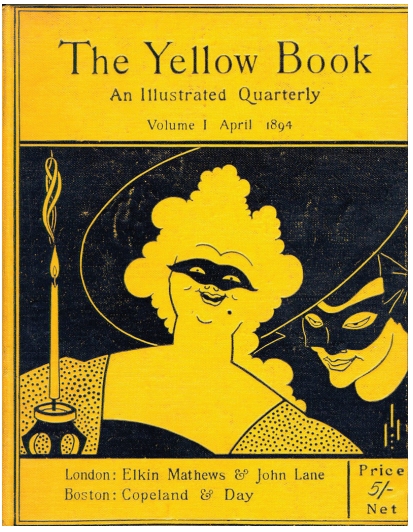
Yaylagül'e (2010) göre, kitle toplumu ve bu kavrama dayanan kitle kültürü düşüncesinin temelinde, Batı Avrupa'da kapitalist sistemin güç kazanması yer alır. Kapitalizmin beraberinde getirdiği pazar odaklı üretim anlayışı, teknolojik ilerlemelerle birleşerek kültürün de bir meta olarak üretilmesine zemin hazırlamıştır. Doğal bir süreç dahilinde toplumun kendi öz gereksinimlerinden doğan halk kültüründen farklı olarak kitle kültürü, tamamen ticari bir üretim-tüketim döngüsünün sonucudur ve doğrudan sanayiciler tarafından kâr amacıyla şekillendirilmiştir (Yaylagül, 2010). Kitle kültürü hep tek düze, standartlaştırılmış bir kültür olarak değerlendirilmiştir. Bu kültür sanayiciler tarafından yukarıdan aşağıya doğru dayatıldığından tüketiciler aktif bir rol oynamamaktadırlar. Kapitalist toplumlarda kitle kültürü hayatın her alanına yayılmakta ve seçkin kültürü tehdit ettiği ifade edilebilir.

Endüstriyel ürünlerin geniş kitleler tarafından satın alınmasını sağlayan en önemli köprü, kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçların sunduğu yoğun görsel mesajlar, kitlelerin tüketim güdülerini adeta ayartan yapay bir atmosfer meydana getirir ve endüstriyel kültürel ürünler bu cezbedici ortamda piyasaya sürülür. Üretim bantlarından çıkarak kitlelere dayatılan bu kültür, Adorno'ya (2007:14) göre toplumları zaman içinde birbirinin aynısı olan standart ve homojen yığınlara dönüştürmektedir. Bu bağlamda, medya vasıtasıyla geniş kitlelere benimsetilen popüler kültür olgusu karşımıza çıkar. Yaylagül'ün (2010:48) vurguladığı gibi popüler kültür; aslında kapitalizmin kitle iletişim araçlarını kullanarak halkın genel zevkiymiş gibi kurguladığı, tamamen tüketime ayarlı ve yapay bir ticari kültürden ibarettir. Kapitalist üretim biçiminin egemen olması, kültür ve sanatın üretiliş tarzında köklü bir kırılmaya yol açmıştır. Benjamin'e (1999) göre kapitalizm öncesi dönemdeki sanatsal nesneler, derin bir anlamsal yoğunluğa sahip olmalarının yanı sıra, yaratıcısının bireysel dehasını ve izini doğrudan yansıtırdı. El emeğiyle üretilen bu eserlerin en belirgin özelliği, kopyası olmayan, tümüyle eşsiz ve kendi özgünlüğünü barındıran tekil yaratımlar olmalarıydı. Buna karşılık sanayileşmenin neden olduğu kapitalist sistem sanatın ve kültürün ruhunu yok etmiştir. Dolayısıyla bugün günümüzde yapılan çalışmalar sıradan, standart ve rutindir. Yani herhangi bir yaratıcılık ve orijinallik içermezler. Frankfurt Okulu üyelerinden Adorno ve Horkheimer,

kültürel alanın sermaye ve medya sahiplerinin egemenliğine girmesiyle birlikte kültürün bütünüyle standartlaşıp tek tipleştiğini savunurlar. Özellikle Adorno, niteliksiz, yoz ve toplumsal açıdan tehlikeli bulduğu popüler kültüre karşı kesin bir ret tavrı içindedir. Onun yücelttiği ve onayladığı değer ise avangart (öncü) ve yüksek sanat pratiklerini temel alan modernist sanat anlayışıdır (Adorno & Horkheimer, 2010).

Veri Toplama ve Analiz

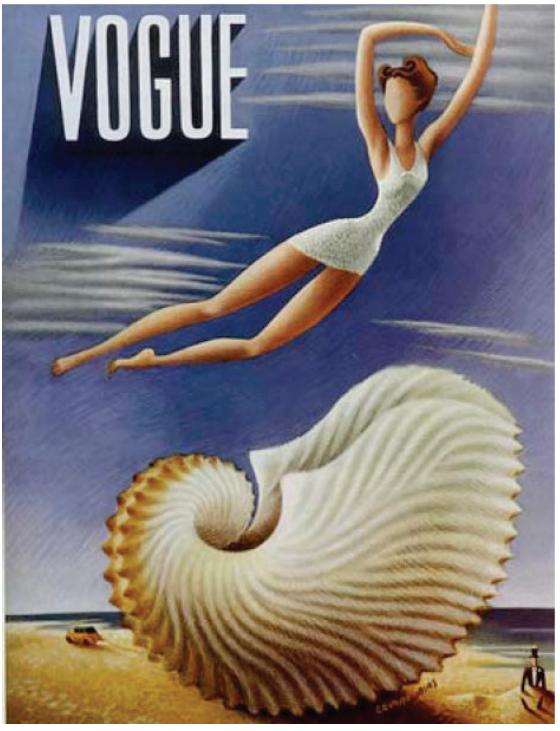
Morris, Beardsley, Bayer, Brodovich ile Dergi Tasarım Tarihi Sanayi devrimi baskı tekniklerindeki gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir. Dergi tasarımı endüstri devrimi sonrasında William Morris'in önderliğinde Arts and Crafts hareketiyle ortaya çıkmıştır. 1894 yılında sanat yönetmeni Aubrey Beardsley tarafından egzotik bir yaklaşımla tasarlanan *The Yellow Book* o dönemde bir şok etkisi yaratmıştır (Bkz. Afiş 1). **"**Bir yazın ve sanat eseri olan The Yellow Book, açık sarı renkteki kapağı ile, Londra'da yenilik ve ahlaka aykırılığın sembolü olmuştur" (Bektaş, 1999:25).



Şekil 1. The Yellow Book (1894) Dergi Kapağı

1920'leri takiben dergiler, aktüel konuları işlemelerine karşın bunları gazetecilik pratiğinden ayrışan bir üslupla sunmaya başlamıştır. Bu dönemde dergi mecrası; tasvirler, öyküsel anlatılar ve detaylı analizlerle içerik açısından derinlik kazanmış, ilerleyen süreçte fotoğraf da güçlü bir görsel bileşen olarak sayfa-

lara entegre olmuştur. Öte yandan, 19. yüzyılda filizlenen sanat akımlarının mimari ve müzik gibi alanların yanı sıra grafik tasarıma da yenilikçi bakış açıları kazandırdığı görülmektedir. Özellikle biçimsel özelliklerden ziyade temanın kendisine ve yaratacağı etkiye odaklanan Sürrealizm; iki boyutlu yüzeylerde inşa ettiği derinlik algısıyla çok sayıda tasarım disiplinini derinden etkilemiştir (Bkz. Afiş 2) (Becer, 2010).



Şekil 2. (Vogue Dergisi, Miguel Covarrubias)

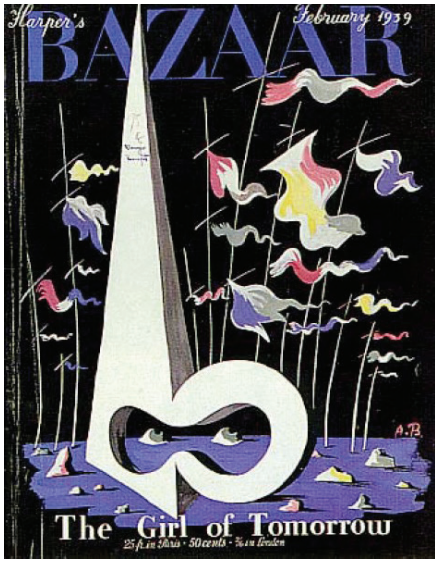
Gombrich'e (2002:560) göre Bauhaus ekolünün temel felsefesi "İşlevselcilik" kavramıyla açıklanabilir; bu yaklaşıma göre amaca hizmet eden doğru ve pratik bir tasarım, estetik değeri de doğal bir sonuç olarak beraberinde getirir. Avrupa'nın reklam ve tasarım prensiplerini Amerika Birleşik Devletleri'ne taşıyan temel figürlerden biri olan Avusturyalı çok yönlü sanatçı, mimar ve fotoğrafçı Herbert Bayer, mizanpajda kullandığı 'grid' (ızgara) sistemiyle tasarım dünyasına yeni bir boyut kazandırmıştır (Bkz. Afiş 3). Bayer'in bu yenilikçi yaklaşımı; metin, fotoğraf ve illüstrasyonların birbiriyle kurduğu ilişkisellik üzerinden yepyeni bir görsel tasarım dili inşa etmiştir (Becer, 2005).



Şekil 3. (Bauhaus) 1928 Herbert Bayer

Bu dönemlerde tasarım yönünden farklılık yaratan diğer bir isim ise Alexey Brodovich'in tasarım anlayışıdır. "Büyük resimler, alanın dinamik biçimde kullanılması ve aralara serpiştirilen renkli ve dokulu kağıtlar, dergiye yepyeni bir hava getirmiştir" (Bektaş, 1992: 110). Brodovitch, tasarım pratiklerinde kompozisyonun gücüne ve çalışmaya ferahlık katan negatif boşlukların yarattığı estetik değere özellikle odaklanmıştır. Onun görsel dilini şekillendirdiği moda dergisi Harper's Bazaar örneğinde; derginin temel felsefesini ve içeriksel yapısını bütünüyle görsel forma (biçime) yansıtmanın taşıdığı önem kavranmış, bu durum da derginin kurumsal ve görsel kimliğinin gücünü büyük ölçüde artırmıştır (Bkz. Afiş 4).

Tüm bu gelişmeler ışığında dergi tasarımında yaşanılan yenilikler ortaya hem içinde yaşanılan toplumun dinamiklerinin değişmesi hem de üreticilerin tüketim için farklı arayışlar içine girmesi gibi olgularla farklı bir branşın dalı haline gelmiş ve bu gelişme aslında dergi tasarımı kavramında yeni bir oluşuma neden olmuştur. Popüler kültürün getirdiği tek tipleşme, fordizm ve estetik kaygılardan uzak tamamen tüketme ve tükettirme mantığı ile betimlenen tasarımları meydana getirmiştir. Treacy (Fortune) gibi sanat yönetmenlerince tasarlanan dönemin dergi kapakları sadece bir ilan panosu olmanın çok ötesinde bir tuval olarak görülüyordu.



Şekil 4. 1939 New York Dünya Fuarı



Şekil 5. Good House Keeping 1919

Good Housekeeping dergisi 1919 yılından itibaren günümüze kadar varlığını sürdüren kadınlara yönelik aktüel bir dergidir. İlk çıktığı dönemlerde tasarlanan dergi tasarımları bir sanatsal bütünlüğe sahipti (Bkz Afiş 5). Fakat günümüz tasarım ve içerik anlayışında, medyanın kapitalist sistemle bir-

leşmesinden dolayı medyanın magazinleşmiştir ve bunun sonucunda iletişim araçları sıradanlaşmıştır. Geçen süreç boyunca örnek olarak aldığımız Housekeeping, dergisi tematik bir dergi olmasından dolayı açılımını yaptığımız olguyu en doğru anlatabilecek ve betimleyebilecek unsurlara sahip olan bir dergi oluşmuştur. Burada göze çarpan noktalar hem afiş 5 (1919) hem afiş 6'da (2002) grafik tasarım açısından ana obje kadın metasıdır.

Daha ayrıntılı bakıldığında ise afiş 5'te kullanılan kadın metasının daha az ileti gönderir pozisyonda sergilenmesi afiş 6' da ise kapağın tamamen kadın metasının sahip olduğu veya olmadığı, toplum tarafından ona yüklenen imaj kimliği ile betimlendiği gözlemlenmektedir. Bunun nedeni 1919 ve 2002 yıllarının hem ekonomik hem sosyolojik hem de politik olarak çok farklı sistemlere sahip olmasıdır. Kadına bakış burada en önemli noktalardan bir tanesidir. Konumuz olan "Grafik tasarımının dönemler arasında geçirdiği süreç ve bu sürecin tematik dergilere yansıması" adlı makalemizin sorununu sosyolojik açılımdan sonra bir de grafik tasarım mantığıyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü yukarıda da değindiğimiz gibi grafik tasarımı içinde çok fazla unsur ve fraksiyon barındıran aynı zamanda iletişim mantığıyla betimlenen bir olgudur. Örnek aldığımız afiş 5 ve afiş 6'da bu mantık çerçevesinde incelendiğinde grafik tasarımı açısından belirli noktalarla irdelenir.



Şekil 6. Good House Keeping 2002

İlk önce afiş 5'teki tipografik inceleme ile başlamak gerekirse (Bunun nedeni; tüketicinin bir ürünü alırken hem bilinç altı hem de bilinç üstüne hitap etmek için en önemli unsurların başında renk ve logo gelmektedir.) Tipografinin doğru ve yerinde kullanımı ayrıca kadın metasının kapladığı alan, ana obje oluşu kapağın üstünde içindekiler kısmının bulunmayışı tamamen bir dergi kapak tasarımı oluşmasına neden olmuştur. Bunun nedeni kapak tasarımına baktığımızda her şeyin altın oran doğrultusunda kullanılması ve vurgulanmak istenilen iletinin yalın ve etkili şekilde oluşturulmasından kaynaklanmaktadır.

Afiş 6'da ise Afiş 5'teki bir grafik tasarımında bulunması gereken tüm unsurların doğru ve yerinde kullanımının tam aksine, tamamen popüler kültür ve tüketim mantığı ile hem kadın metasına karşı bir aşağılama hem de grafik tasarımına bir basitleştirme ve tek tipleştirme uygulanmıştır. Tüm bu yönelimler Afiş 6'nın sahip olduğu etkisiz bir tipografi, renk karmaşası, tipografinin kadın metasının arkasından kalmasından dolayı ki bu da tamamen bu derginin geçen dönem boyunca (1919-2002) geçirdiği hem kültürel hem de politik oluşumunu yansıtmaktadır.

Sonuç

Grafik tasarımının dünyanın geçirdiği önemli politik ve ekonomik olgulardan ve dönemlerden dolayı içine girdiği karmaşa kendi kimliğini de kaybedip yerine popüler olan ve satılabilen (ki bir grafik tasarımın amacı asla satılabilmek değildir.) ürünleri hiçbir grafiksel unsur barındırmayan tasarımlar oluşturmasına neden olmuştur. Bu oluşum diğer tüm alanlardaki gibi grafik tasarımını da deformasyona götürmüş ve bu deformasyon artık grafik tasarımını bir sanat dalından çıkıp tamamen pazarlama kırı terlerinden biri olmasına sebebiyet vermiştir.

Çalışmamızın amacı olan "Grafik tasarımının dönemler arasında geçirdiği süreç ve bu sürecin tematik dergilere yansıması" tüm bu anlatılanlar ışığında çeşitli örneklemelerle bu deformeyi ortaya koymayı amaçlamıştır. Yaptığımız açıklamalar, betimlemeler ve örneklendirmeler hep bu mantık çerçevesinde ve bu çözümleme yöntemleri uygulanarak oluşturulmuştur. Dünya hangi sistemin içinde var olursa olsun grafik tasarımı bir sanattır. Onun sahip olduğu bu elitist ve estetik mantık asla deformeye uğratılmamalı. Ortaya tamamen popüler kültür ve kapitalist sistem mantığında fordizm gibi tek tipleşen etkileyici bir tasarım anlayışından uzak tanıtıcı ve tamamen tüketime yöneltmek üzere hazırlanmış belirli unsurların bir araya getirilecek oluşturulduğu tasarımlar

çıkmaktadır. Aslında burada çok önemli bir fraksiyon oluşmakta ve bu ikilemede şu şekilde açıklanabilir: gerçekten grafik tasarım üzerinden kurulu olan dergilerin hayatta kalamaması (traj oranlarının düşmesi,) bunun aksinde ise; sistemin getirileriyle tasarımlarını oluşturan kapitalist sistemin içinde yaşayabilmek adına grafik tasarımdan çok tamamen tüketme ve tükettirme mantığıyla tasarımlarını oluşturan günümüz medya sektörü içinde doğan gelişen ve büyüyen tematik dergilerin oluşumu olarak açıklanabilir.

Kaynakça

Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği* (Çev: Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan). Kabalcı Yayınevi.

Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri, Teknikleri ve İletişim*. İLAD Yayınları.

Becer, E. (1999). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Dost Kitabevi.

Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Dost Kitabevi.

Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. Yapı Kredi Yayınları.

Erdoğan, İ. (2001). "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayrimeşruluğu". *Doğu Batı*, (15), 65-102.

Gombrich, E. (2002). *Sanatın Öyküsü* (Çev: Erol Erduran, Ömer Erduran). Remzi Kitabevi.

Güngör, N. (2011). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.

Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınevi.

Görsel Kaynakça

Şekil 1. Beardsley, A. (1894). The yellow book: An illustrated quarterly (Cilt 1) [Kapak illüstrasyonu]. Londra: Elkin Mathews & John Lane.Brodovitch, A. (1939). Harper's Bazaar, New York dünya fuarı [Dergi kapağı].

Şekil 2. Covarrubias, M. (İllüstratör). (1937). Vogue cover [Kapak Resmi]. Vogue, 90(1).Good housekeeping. (1919). [Dergi kapağı].

Şekil 3. Bayer, H. (1928). Bauhaus magazine cover [Fotomontaj]. Bauhaus Arşivi.

Şekil 4. Brodovitch, A. (1939). The girl of tomorrow [Kapak Resmi]. Vince Aletti Koleksiyonu.

Şekil 5. Phillips, C. C. (1880–1927). (1917). Good Housekeeping cover [Kapak Resmi]. Delaware Sanat Müzesi (veya eserin incelendiği ilgili koleksiyon/arşiv).

Şekil 6. Good Housekeeping. (2002, Mart). Kelly Ripa [Kapak Resmi]. Good Housekeeping, 234(3).