

Deneyim tasarımının grafik tasarımı üzerindeki etkisi

The effect of experience design on graphic design

İsmail Ergen 

Dr. Öğrt. Üyesi, İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, Türkiye,
e-mail: ismailergen@gmail.com

Öz

Doğasını anladığımız düşünülen basit şeyler bile bir tasarım sürecinden geçmektedir. Tasarım insan ve teknoloji arasında bağlayıcı bir göreve sahiptir. Her teknolojik gelişme, yeni bir hayat biçimi ve deneyim yaratır. Bu bağlamda "Deneyim Tasarımı'nın Grafik Tasarımı Üzerindeki Etkisi" başlıklı çalışmada ele alınan konular deneyim tasarımının gündelik hayattaki becerileri, motivasyonları ve beklentileri hangi yönde değiştirdiği ve bu değişime grafik tasarımının nasıl uyum sağladığı şeklinde incelenmiştir. Gelecek üzerine öngörülerde bulunmak isteniyorsa yakın geçmişte başlayan dijital teknolojiye dikkatle bakılıp öncelikle değişim süreci, bunun ne şekilde gerçekleştiği ve hızının incelenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Yenilenen grafik tasarımının teknolojiyle birlikte deneyim tasarımını etkileyeceği ve daha nitelikli hale gelmesini sağlayacağı analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: tasarım; kullanıcı deneyimi; deneyim; grafik tasarımı; teknoloji.

Abstract

Even simple things whose nature we think we understand to go through a design process. The design has a binding task between people and technology. Every technological development creates a new way of life and experience. In this context, the subject to be discussed in the study titled "The Effect of Experience Design on Graphic Design" will be explained in which way experience design changes the skills, motivations, and expectations in daily life and how graphic design adapts to this change. If it's desired to make predictions about the future, it should be taken a close look at the digital technology that started in the recent past and first examine the process of change, how it happened, and its speed. It has been analyzed that the renewed graphic design will affect the experience design together with technology and make it more qualified.

Keywords: design; user experience; experience; graphic design; technology.

Citation/Atf: ERGEN, İ. (2023). Deneyim tasarımının grafik tasarımı üzerindeki etkisi. *Journal of Arts*. 6(1): 55-64, DOI: 10.31566/arts.1969

Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:
İsmail Ergen
E-mail: ismailergen@gmail.com



Bu çalışma, Creative Commons Atif 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

1. GİRİŞ

Günümüzde grafik tasarım matbaa alanının çok daha ötesinde bir konumdadır. Disiplinlerarası işlerin yoğun bir şekilde üretildiği grafik tasarım, ilerleyen bilgi ve teknolojilerle kendisini sürekli yeniden yapılandırıp konumlandırmaktadır. İnsan hayatının deneyim ve ihtiyaçlarına da cevap verme gereği duymaktadır. Grafik Tasarımın geçmiş tarihine kısaca değinilecek olunursa mağara duvarlarındaki çizimlere kadar uzanmaktadır. Var olan bilgilerin belirli bir formatta, yalınlaştırılarak (sterilize edilerek) mesajı karşı tarafa aktarma kaygısı tasarımın sınırları içerisine girmektedir. Gutenberg'in hareketli matbaasından önce çeşitli ağaç baskı çalışmalarını yapıldığı da bilinmektedir. Fakat günümüze biraz daha yakın anlamda grafik tasarım işlerinin üretilmesi Gutenberg'in hareketli matbaasından (1450) sonrasına denk gelmektedir. Bu teknoloji ile basılan kitapların illüstratif bir şekilde süslenmesi, daha sonrasında sayfa tasarımlarının zenginleşmesi yine teknolojinin gelişmesiyle farklı formatlarda işlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Afiş tasarımlarının kullanılması örnek olarak gösterilebilir. (Karaçeper, S. 2018). 20. Yüzyıl ilk çeyreğinde oluşmaya başlayan "grafik tasarım" kavramı geçmişte sanatçı veya ressam gibi isimlerle anılan tasarımcıların daha fazla uzmanlaşmasının önünü açmıştır. Günümüzde grafik tasarım kavramı altında birçok alt başlık bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse arayüz tasarımı, kitap kapağı tasarımı, illüstrasyon tasarımı, oyun ve karakter tasarımı, çevresel grafik tasarım, hareketli grafik tasarım, yönlendirme tasarımı, bilgi grafiği tasarımı, etkileşimli grafik tasarım gibi başlıklar gösterilebilir. Bu bakımdan grafik tasarımın dönüşüm geçiren, süreli yenilenen bilgi ve teknolojilerle kendisine yeni alanlar yarattığını söylemek yanlış olmaz. Geçmişte grafik tasarımcılar keşfedilen teknolojilere bağlı olarak bazen bir harf oyuncusu, dizgicisi, bazen bir kitap resimleyicisi, bazen de malzemeye bağlı tipografik denemeler yapan sanatçılar olarak tarihte yer almıştır. Niyazioğlu'nun da dediği gibi grafik tasarım, her zaman bir müttefik ile hareket etmektedir (Niyazioğlu, 2016) Bu yüzden dönemin kültür, deneyim ve teknolojisi tasarımları doğrudan etkileyip şekillendirmektedir.

Günümüzde dijitalleşmeye doğru hızla evrilen dünya ile saatlerimizin pek çoğunu ekranlara bakarak geçirmeye başladık. Dijitalleşme devam ettikçe insanların günlük hayatta yaşadıkları deneyimler de farklılaştı bu sebeple meslekler istese de istemese de bu yeni ihtiyaçlara cevap verebilmek adına dönüşüm geçirmeye başladı. Kökeni baskı ve matbaadan gelen grafik tasarımı için de durum değişmedi.

2. DENEYİM TASARIMI

"Deneyim" yaşamın en önemli kaynaklarından biridir. Kullanıcı deneyim tasarımı; bir ürün, bir hizmet veya servisten faydalanan kullanıcılara anlamlı ve alakalı deneyimler sunmaya yarayan bir süreçtir. Bu süreç markalama, tasarım, kullanılabilirlik, özellik ve işlevsellik gibi birçok alanı kapsamaktadır. Kullanıcı deneyiminin merkezinde kullanıcıların davranışları, beklentileri, problemleri ve bu problemlere yaklaşımları incelenmektedir. Özetlemek gerekirse bir markete girdiğimizde her şeyin belirli bir düzeni olduğunu fark etmekteyiz. Sebze, meyveler bir tarafta süt ürünleri bir taraftadır. Aradığınız ürünü hangi bölümde bulacağınızı tahmin edersiniz. Markette oluşturulan yerleştirme düzeni, haftanın ürünlerinin sunulma şekli gibi tüm pratikler tüketicinin alışveriş deneyimini baştan sona belirler. Bu düzen tüketicilerin mümkün olduğu kadar çok noktayı dolaşması, bu deneyimden keyif alması ve daha çok alışveriş yapması üzerine tasarlanmıştır. Bu fiziksel ortamda yaşadığınız müşteri ya da tüketici deneyimi adı verilen deneyimi sanal ortama taşıdığımızda Karşımıza çıkan kavram kullanıcı deneyimi olmaktadır. Kullanıcı deneyimi (user experience) çoğunlukla UX olarak ifade edilmektedir. Terim Apple için çalışan bilişsel bilimci Donald Norman tarafından 1990'ların başında ortaya atıldı. (Norman D. , 2015) Tasarım, grafikler, arayüz ve etkileşim başta olmak üzere kullanıcının ürün ve hizmetle deneyiminin tüm yönüyle ilgilenen Norman, bir kullanıcının ürünle etkileşimde bulunurken nasıl hissettiğini belirleyen tüm farklı unsurları kapsamak için "kullanıcı deneyimi" terimini kullandı. Kullanıcı deneyimi tasarımı, kısaca kullanıcının ürün deneyimini olabildiğince iyi hale getirmekle ilgilidir. İnsanları ilgilendikleri

bir siteye çekmeyi; daha sonra, web sitesine girdikleri andan itibaren ana sayfadan ürünü satın almaya kadar olan yolculuğun olabildiğince kolay ve eğlenceli bir hale getirmeyi, sorunsuz bir kullanıcı deneyimi sağlamayı amaçlar. Kullanıcı deneyimi tasarımında tasarım; fayda, kullanım kolaylığı ve verimlilik açısından kullanıcının ürün ve hizmetle etkileşiminin nasıl iyileştirilebileceğine odaklanır. UX, dört ana disipline ayrılabilen geniş bir şemsiye terimdir: Deneyim Stratejisi (ExS), Etkileşim Tasarımı (IxD), Kullanıcı Araştırması (UR) ve Bilgi Mimarisi. (IA)



Şekil 1. UX Tanım Görseli

2.1. UX Bölümleri

UX tasarımının ilk bölümü deneyim stratejisidir. Hem müşterinin hem de şirketin ihtiyaçlarını içeren bütünsel bir iş stratejisi oluşturmak ile ilgilidir. İkinci bölümü etkileşim tasarımıdır. Bağlantılar, sayfa geçişleri, görseller, sesler ve animasyonlar gibi tüm etkileşimli öğeleri göz önünde bulundurarak kullanıcının bir sistemle nasıl etkileşim kurduğuna bakar. Etkileşim tasarımcıları, kullanıcının yapmak istediklerini zahmetsizce tamamlamasına olanak sağlayan sezgisel tasarımlar oluşturmaya çalışır. Üçüncü bölümü kullanıcı araştırmasıdır. Bu aşamada UX tasarımcıları, son kullanıcının ihtiyaçlarını ve hedeflerini anlamak için anketler, röportajlar ve kullanılabilirlik testleri yaparlar ve kullanıcı personaları oluştururlar. Hem nitel hem de nicel verileri toplarlar ve bu verileri, tasarımı en iyi şekilde yapabilmek için kullanır. Son aşaması ise bilgi mimarisidir. Bilgi ve içeriği anlamlı ve erişilebilir bir şekilde düzenlemek ve kullanıcının bir ürün etrafında gezinmesine yardımcı olmak açısından çok önemlidir. Bilgi mimarları, herhangi bir ürünün bilgi mimarisini belirlemek

için farklı içerik setleri arasındaki ilişkiyi göz önünde bulundururlar. Ayrıca kullanılan dile çok dikkat ederler; dilin hem ikna edici hem de tutarlı olmasını sağlarlar.

2.2. UX ve UI Farklılıkları

UI (user interface), kullanıcı arayüz tasarımı anlamına gelir. Örneğin kullanmış olduğunuz telefonun ekranındaki tüm her şey bir arayüz tasarımıdır. İkonların yerleri, renkleri ve büyüklüğü tasarımcının verdiği kararlar sonucu uygulanır. Arayüz tasarımının web sitelerindeki karşılığı ise resimler, butonlar, çizgiler, renkler, sayfa yapısı ve boşluklar gibi tüm grafik elemanlardan oluşan görsel tasarımıdır. Hem UX (kullanıcı deneyimi) hem de UI (kullanıcı arayüzü) tasarımı, kullanıcılar için mümkün olan en iyi son ürünü şekillendirme amacına sahip olsa da iki disiplin arasında net bir fark var. UX yani kullanıcı deneyimi tasarımı, bir ürünün tasarımından lansmanına, kullanıcı araştırmalarından ve prototip oluşturmada, ürünün pazarlanmasına kadar tüm aşamalarla ilgilenen analitik bir süreci içeriyor. Kullanıcının ihtiyaçlarını, şirketin veya markanın ihtiyaçlarıyla buluşturmak UX tasarımcılarının görevi. UX bütünlüklü bir deneyim oluşturmaya odaklanırken, UI ise kullanıcıların etkileşimde bulunacağı görsel ve somut öğeleri şekillendirmeye odaklanıyor. Bir ürünün geliştirilmesinde UX ve UI tasarımcıları birlikte uyum içinde çalışır ve ürünün başarısı için her ikisi de eşit derecede önemli rol oynar. Kısacası bir site üzerinde çalışılırken UX tasarımcısı, sitenin genel akışı ve işlevselliğine odaklanır; süreç boyunca ürün tasarımcılarına, analistlere, kullanıcılara ve pazarlamacılara danışır. Bu süreci, site ziyaretçilerine sorunsuz bir gezinme deneyimi sunmak amacıyla hangi özelliklerin gerekli olduğunu keşfetmek için kullanır ve elde ettiği bilgileri UI tasarımcısına aktarır.

UX	vs.	UI
Etkileşim Tasarımı		Görsel Tasarım
Kullanıcı Araştırmaları		Marka Oluşturma
Kullanılabilirlik		Çekicilik
Gezinme		Düzen
Senaryolar		Mockup'lar

Şekil 2. UX ve UI Farklılıkları

UI tasarımcısı bu noktadan sonra, çözümleri hayata geçirmek için gerekli olan estetik kararları verir. Görsellerin boyutları, içeriğin düzenlenmesi, metin miktarı gibi konuları ele alır. Şu tür sorular sorar: Kullanıcı için en iyi site düzeni hangisi? Ana sayfada ne kadar bilgi olmalı? Arayüzün geneli görsel açıdan çekici ve etkileşimli mi?

2.3. Kullanıcı Deneyimi Prensipleri

Tasarımda bulunan uygulama basamakları gibi deneyim tasarımının da kendi basamakları bulunmaktadır. Tasarımcı Peter Morville'in tanımladığı, kullanıcı deneyimini özetleyen yedi temel prensip şu şekilde: (Raemy, 2017)

- Kullanışlı
- Kullanılabilir
- Bulunabilir
- Güvenilebilir
- Çekici
- Erişilebilir
- Değerli

3. TEKNOLOJİNİN HIZI

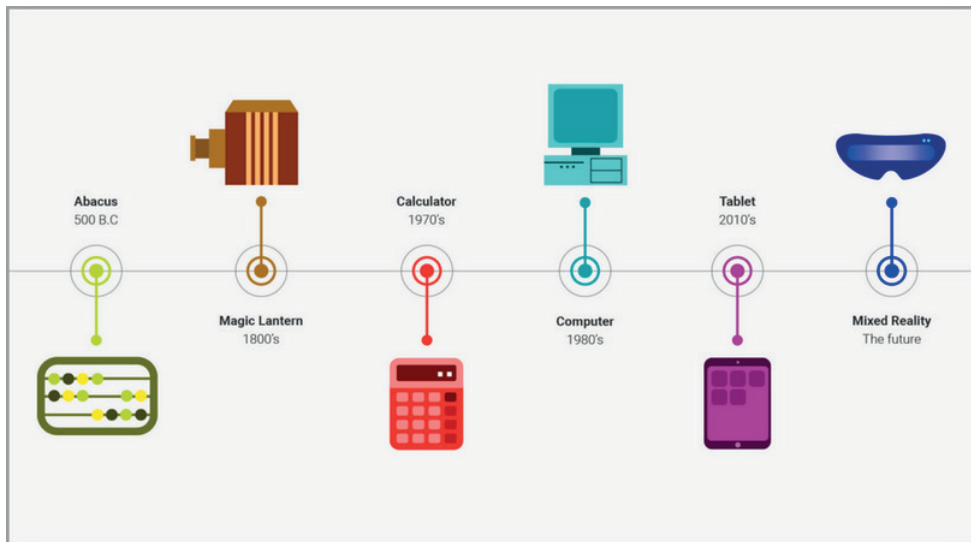
Bilgisayar teknolojisinin yaygınlaşp günlük hayata girmesiyle tasarımcılar hedef kitlesine ulaşabilmek için bu alanı da etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Günümüzde bir grafik tasarımcı kendisini eskisinden çok daha hızlı

güncellemek zorundadır. Çünkü hayatımızda kullandığımız teknolojiler her geçen yıl daha da ilerleyip komplike hale gelmektedir. Fakat bilgisayar teknolojileriyle ortaya çıkan dijital devrim, tasarımcıların hiç olmadığı kadar geniş, özgün ve hızlı yaratım araçlarına kavuşturmuştur. Tasarımcılar gerekli yazılımlar ile neredeyse tasarım sürecini olduğu yerden hareket etmeden daha fazla seçenekle geliştirip sonuçlandırabilmektedir. Ayrıca kullanılan teknolojiye bağlı olarak tasarım yazılımları da ihtiyaca göre alanında derinleşmektedir. Örneğin günümüzde hareketli grafik tasarım uygulamaları daha da ağırlık kazanmaya başlamış ve bu alandaki yazılım teknolojileri de artmaktadır.



Şekil 3. Bilgisayarın Evrimi

Burada teknolojiye ilerleme ile tasarım ihtiyaçları arasındaki yakın ilişki gözden kaçırılmamalıdır. Kullanılan mecra ve teknoloji, tasarımın kullanım şekliyle yine tasarımın yönünü belirlemektedir. Bu mecranın mesajı olan etkisi McLuhan'ın "Ortam mesajdır"



Şekil 4. Teknolojinin Gelişimi

(<https://medium.com/@abdullah.tosun/teknolojinin-gelistmesinin-insanliga-etkisi-fe159450359a>)

sözünü hatırlatmaktadır: “Her kültür çağında bilginin kaydedilip aktarıldığı medyum’un (ortam; araç) o kültürün karakterinin belirlenmesinde kesin bir rol oynamıştır” (McLuhan, 2014). Teknolojideki ilerlemeyi anlayabilmek için belki de Intel’in kurucularından olan Gordon Moore’un sözlerine yer verilebilir: “Minimum bileşen maliyetleri için karmaşıklık her yıl kabaca 2 birim oranı artmaktadır... Kısa vadede artış göstermese de bu oranın bu şekilde devam etmesi beklenebilir. Böyle büyük bir devrin tek bir plaka üzerine sığdırabileceğine ben inanıyorum” (Demirel, 2015). Buradan çıkaracağımız en önemli derslerden birisi ortalama işlemci teknolojilerinin her 2 yılda bir iki kat artacağı bilgisidir. Bunun hayatımızdaki etkisini daha iyi anlayabilmek için işlemcilerin insanlık karşısındaki kısa tarihi görüntüsüne bakılabilir. Ayrıca bu sözlerin 1960’ların ortalarında sarf edilip o günden bugüne kadar bilgi ve teknolojideki katlanmaya bakılacak olunursa pek de yanlışlığı söylenemez. Ruacan’ın söylediği şu sözde hem Moore’u destekler hem de elimizdeki cihazların gücünü gösterir niteliktedir: “Günümüz cep telefonlarının gücü Ay’a inen ilk uzay aracı Apollo 13’ten daha güçlüdür” (Zakas, Nicholas, 2015)

Teknolojideki bu hızlı büyümenin sonucunda tasarımdaki alanlar, çeşitlilikler ve uzmanlıklar da artmaktadır. Bu dönüşüm sürecine daha yakından bakacak olursak uzak olmayan gelecekte lensler yardımı ile görüntüler önümüzde yer alacaktır. İcat edilmesini beklediğim en önemli eşyalardan biri de gözümüzle gördüğümüz şeyleri insan beyninden dijital ortama aktaracak bir fotoğraf makinesi. Bunun somut adımlarının akıllı gözlüklerin üretilmesi ve giderek hayatı etkilemeye başlaması gösterilebilir. Artık teknoloji durdurulamaz bir hızla gelişmeye devam ediyor ve insanları dışarıdaki hayat deneyimine teşvik etmek yerine sanal dünyadaki yaşamın çok daha kolay, eğlenceli ve sonsuza dek sürdürülebilir olduğuna ikna ediyor. Brynjolfsson ve McAfee’ye göre, şu an bilgisayarlar sayesinde İkinci Makine Çağına giriyoruz ve bu yeni çağ daha önceki çağların tümünü gölgede bırakacak (Adlassnig, K. P. 2002). Günümüzde yaşadığımız teknolojik gelişmeler ile fiziksel işler yapabilen makinelerden bilişsel işleri yapabilen makinelere doğru gidiyoruz. Yapay zeka sayesinde, algoritmalar

ile tekrarlanabilen insan eylemlerinin var olabileceğini görüyoruz. Örnek vermek gerekirse; şu an sanal mağazalarda sizin için site tasarınızı, banner ve logonuzu yapabilecek basit yazılımlar bulunmaktadır ((Brynjolfsson, E. ve McAfee, A., 2014)

4. SANAL GERÇEKLIK VE METAVERSE

Bilgi ve teknolojinin bu hızlı artışı tasarımcıları daha fazla arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik alanlarına itmektedir. Her iki mecrada da grafik tasarımın daha çok hareketli tasarım ve etkileşimli tasarım alanlarına sahip olacağını söylemek yanlış sayılmaz. Tüm bu gelişmelerin ilk adımları grafik tasarımda “motion design” adlı yeni bir basamak açmıştır. Afişler tek boyuttan hareketli boyuta geçmiştir. Oyun tasarımlarının ulaştığı nokta hem illüstrasyonların zenginliğini hem de etkileşimli cihazların geldiği noktayı özetler niteliktedir. Sanal gerçeklik ise (Virtual reality), teknoloji kullanılarak oluşturulan kurgular ile gerçek ve hayalin birleştirilmesidir. Sanal öğrenme ortamları, gelişen teknolojinin eğitim-öğretim ortamlarına dahil edilmesiyle birlikte öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirmek için tasarlanmış platformlardır. Günümüzde sanal gerçeklik alternatif evrenler gibi pek çok gelişmeye sebep olmuştur. Bu gelişmelerin en çok ses getireni ise Facebook’un adını değiştirerek daha da dikkat topladığı “meta” yani metaverse. Teriminin genel tanımını şu şekilde özetlemek mümkün: Günümüzde kullanılan tüm dijital dünya bileşenlerinin tek bir sanal evrende toplanarak kolektif bir sanal iletişim alanı oluşturmak. Bu evrene bireyler arttırılmış sanal gerçeklik üzerinden erişebilecek. Metaverse teriminin çıkış hikayesi oldukça farklıdır. Bu kavram ilk olarak teknoloji firmalarından ziyade bir roman yazarı tarafından ortaya atılmıştır. Dünyaca ünlü yazar Neal Stephenson, kaleme aldığı “Snow Crash” romanında metaverse evrenini kurguladı. Bu romanda insanların belirledikleri avatarlar aracılığıyla sanal bir evrende gündelik yaşamına devam ettiği belirtilmişti. Sinema sektörünün de bu konuyu işlemeye başlaması ile meta kavramı normalleşmeye başladı. Bunun bir örneği de 2018 senesinde vizyona giren Ready Player One

filmi. Bu filmde VR gözlükleri aracılığıyla insanlar günlük yaşamlarında yaptıkları tüm işleri kurgulanmış sanal evrende gerçekleştirebiliyordu. (Şekil 5)



Şekil 5. Ready One Player Filmi (<https://www.imdb.com/title/tt1677720/>)

Gelinen son noktada ise insanlar metaverse üzerinde arsa ve ev satın almaya ve orada yaşamaya başladı. Teknolojinin geldiği son nokta bu iken endişe duymamak da mümkün değildir. Bu gelişmelerle birlikte tasarımcıların ve yaratıcıların gücü çok daha artacaktır fakat bu güç ile neler ürettiğimiz ve bu üretip tasarlama aşamasında nelerden fedakarlık ettiğimiz daha önemli bir hale gelecektir.

Dönemimizin bilgiyi popülerleştirme anlamında önemli tarihçilerinden olan Yuval Noah Harari'nin şu sözleri tasarlamak ve sorumluluk arasındaki ilişkiyi özetler niteliktedir: "21. yüzyılda biz insanlar da tıpkı İncil'de Tanrı'nın yaptığı gibi hayvanları bitkileri ve insanları kendi istediğimiz şekilde tasarlayıp, üretmeyi öğreneceğiz... Bir tanrının rolünü oynamak kolay değildir!" Tasarımcıların sorumlulukları artacaktır demekten ziyade hali hazırda olan sorumluluklarının farkına varmaları daha da önemli bir hale gelecektir. Tasarımcılar için distopya örneğinden devam ederse; günümüzde geliştirilen öğrenebilmeyi öğrenen bilişsel makineler ile tasarımcıların yaptığı birçok iş ellerinden alınarak tasarımcılar, algoritmaları eğitim verebilecek, yeni tasarım öğreten kişilere dönüştürebilir. Az sayıdaki tasarımcı, tasarımı dijital verilere dökmeye çalışarak bu alanın gelişmesine katkı sağlayan makine öğretmenleri olabilir.

Öğrenen algoritmaların hızlı bir şekilde ve büyük datayı işleyebilme kabiliyetleri ile sizin o gün hissettiğiniz ruh durumuna göre tipografiyi, geri plan renklerini ve imgeleri kişisel olarak



Şekil 6. Metaverse (<https://www.donanimhaber.com/metaverse-nedir-nasil-alinir-en-populer-metaverse-coin-projeleri--140595>)

tasarlayıp lenslerinize yansıtabilir. (Academy, 2018) Belki de tasarımcılar da zanaatkarlar gibi mesleğin ihtiyacından ziyade varlığını yaşatma adına çalışmalar üretecektir veya kişisel, özel tasarımlar üzerine yoğunlaşarak bireylerin özel isteklerini karşılayan yeni bir gruba dönüşebilir. El ile üretilen tipografik ve illüstratif işlerin yükselmesi de bu algoritmaların bir avantajı olabilir (McLuhan, 2014)

5. NFT

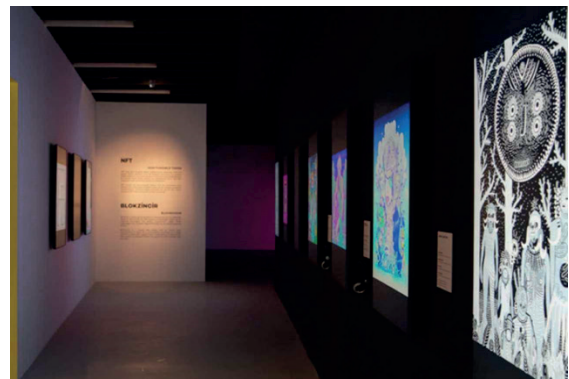
NFT'nin açılımı Non-Fungible Token. Bu tanımlı Türkçe'ye değişimi mümkün olmayan para ya da çip olarak çevirebiliriz. Özel bir kriptografik token türü olan NFT'nin özgün ve biricik olması, karşılıklı olarak kendi türünden başka bir token ile takasının yapılamamasına yol açar. Bu durumda NFT'ye aktarılan bir sanat eserinin özgünlüğü kolayca doğrulanabilir ve eserin kopyalanmasının önüne geçilir. NFT'ye neden ihtiyaç duyuluyor? Yüzyıllardır, sanat eserleri koleksiyonerler tarafından fahiş fiyatlara alınıp satılıyor. (Documentary, 2018) Ancak eserlerin özgünlüğü yalnızca son 10 yıldır, farklı tekniklerle ispatlanabiliyor. Bu teknikler arasında eserin geçmiş alıcılarının listesi, eserle birlikte gelen satış mektupları gibi dokümanlar üzerinden ilerlemek ya da tuvalin yaşı, boyaların türü, fırça darbeleri, eserin üzerindeki kalıntılar gibi etmenlere bakılması yer alıyor. Ancak bu teknikler de kimi zaman eserin özgünlüğünü kanıtlamakta yetersiz kalabiliyor. Milyon dolarların döndüğü bir piyasada, sahtecilik ile dolandırılmak ise çok yaygın. Öyle ki Louvre ve Mets gibi dünyanın en önemli müzeleri taklit eserler alabiliyor. ABD'deki Knoedler galerisinin nasıl dolandırıldığı bir Netflix belgeseline bile konu oldu. New York'un en köklü galerilerinden biri olan Knoedler, 1990'lı yılların sonunda 60'ın üzerinde sahte sanat eseri aldı. Bu tablolar galeri tarafından toplamda 80 milyon dolara satıldı. NFT ise sanatçılara bir çıkış yolu sunuyor. Blockchain, merkezizsiz yapısıyla, eserlerin herkes tarafından erişilebilir olmasını sağlarken, NFT eserlerin özgünlüğünü koruyor. Her ne kadar grafik tasarımla bir ilgisi yokmuş gibi gelse de aslında oldukça alakalıdır. Bu sistem sayesinde dijital sanat tek bir günde değişim sürecine girdi. NFT deyince akla gelen ilk isim

tasarımcı ve medya sanatçısı olan Refik Anadol. Anadol'un NFT platformu OpenSea'de yayımlanan Machine Hallucinations - Nature Dreams : AI Data Sculpture 2021 1/1 başlıklı NFT eseri 300.69420 ETH'ye (1,184,545.71 dolar) satıldı ve dünyada oldukça ses getirdi. Anadol değişen ve gelişen teknolojiye uyum sağlayan işler üreten bir tasarımcıdır. Hope Alkazar'da yaptığı Alkazar Rüyası isimli hareketli medya eseri gelişen deneyim tasarımının en iyi örneklerindedir.



Şekil 7. Refik Anadol'un eserlerinden biri. (<https://www.dailysabah.com/arts/reviews/artistic-exploration-of-space-machine-refik-anadol-in-istanbul>)

Sadece Refik Anadol değil pek çok illüstratör, sanatçı ve tasarımcı değişen ve gelişen teknolojiye uyum sağlamak adına eserlerini dijital ortama taşımaya devam etmektedir. NFT sergileri gün geçtikçe artmaya başlamıştır.



Şekil 8. Akbank Sanat NFT Sergisi (<https://artdogistanbul.com/dijital-sanatta-simdi/>)

6. GERÇEK DENEYİM

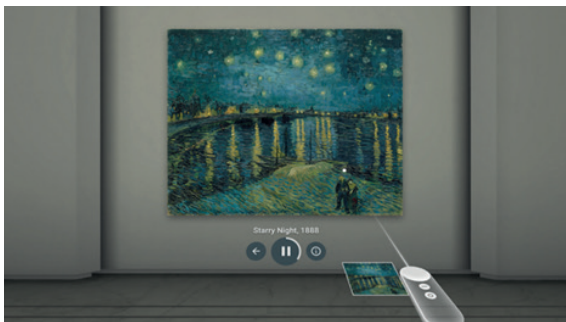
Günümüzde müze ve galerilerin de teknolojiye uyum sağladığı görülmektedir. Akbank düzenlediği son sergisinde bir video projesine yer vermiştir. Bu proje üzerinde bulunan sensörler

sayesinde insan hareketini algılayıp o harekete göre video üzerinde renk ve biçim dalgalandırması yaratmaktadır. Elimizdeki teknoloji ile yapılmış ve kulağa mekanizma olarak oldukça basit gelen bu eser aslında bir deneyim tasarımı sayılmaktadır. (Lanier, 2018) Deneyim tasarımı deyince akla sadece insanın bizzat içerisinde bulunduğu ve yaşadığı şeyler gelmemelidir. Teknoloji ile birlikte deneyim tasarımı bedenlen oluşun hissin dışında sanal dünya hislerini de kapsamaktadır.



Şekil 9. Akbank Sanat NFT Sergisi (<https://artdogistanbul.com/dijital-sanatta-simdi/>)

Google Art Culture sitesinin kurulduğu dönemde yaptığı UX ve UI çalışması sonucunda insanların müze kaynaklarını bizzat deneyimleyerek ulaşma ihtiyacını gözlemledi. Bu araştırma sonucunda oldukça ses getiren sanal müze turları deneyimlerini başlattı. Bu deneyimde istediğiniz eser hangi müzede sergileniyorsa o müzeyi ziyaret edebiliyorsunuz. (Şekil 10)



Şekil 10. Google Art and Culture Sanal Tur (<https://tcnjartgallery.tcnj.edu/2020/04/03/take-a-virtual-tour-of-museums-galleries-across-the-globe/>)

Yine Google Art and Culture sitesinin yapay zeka ile oluşturduğu ve dünyada ses getiren portre uygulaması da deneyim tasarımıdır. Bu

uygulama çektiğiniz selfie fotoğrafınızı arşivinde bulunan bir eserle eşleştirmektedir. Gelişen teknoloji sayesinde bu deneyim yaşatmaktadır. (Şekil 11 ve 12)



Şekil 11. Google Art and Culture Portre Uygulaması (<https://tcnjartgallery.tcnj.edu/2020/04/03/take-a-virtual-tour-of-museums-galleries-across-the-globe/>)



Şekil 12. Google Art and Culture Portre Uygulaması (<https://tcnjartgallery.tcnj.edu/2020/04/03/take-a-virtual-tour-of-museums-galleries-across-the-globe/>)

Günümüzde bilgi ve teknolojilerin çok hızlı bir şekilde ilerlemesine bağlı olarak buluşlar ve yeni teknolojiler arasındaki zaman farkı çok kısalmıştır. (Gutsche, 2018) Eskiden imkansız sayılan deneyimler artık daha da geliştirilebilir bir hal almıştır. Bu sebeple tasarımcı sürekli yenilikleri takip edip kendini güncellemelidir ve grafik tasarımını daha da geliştirmelidir. Teknoloji ile gelişim göstermeyen meslekler ölüme mahkum olacağından dijital çağa adapte olmak gerekmektedir. (Kuzuloğlu, S. 2018) Grafik tasarımı bir matbaa parçasından çok ekran deneyimine dönüşmüştür. Hayatın her alanında insan ihtiyacını görsel olarak çözümlererek bir metnin ya da görselin çözümlenmesini ve iletişimi kolaylaştırmayı başaran yaratıcı bir süreç olmuştur.

7. SONUÇ

İnsanlar, teknolojinin sunduğu kolaylıkları kullanarak hayatlarını kolaylaştırmakta ve bu süreçte izlemeye ve bakmaya daha fazla vakit ayırmaktadır. Farklı ekran boyutlarının olması ve ekranlarda giderek çeşitlenmeler gözlemlenmektedir. Yapay zekaların giderek insan beyin gücü gibi verileri işleyebilmesi, onları yaratıcı iş sahasında daha fazla görmemize neden olmaktadır. Şüphesiz önümüzdeki süreçte yapay zeka bir konu hakkında insanların bilgi işleyiş sisteminden daha gelişmiş bir kapasiteye ulaşacaktır. Yeni teknolojik çözümlerin yeni problemleri de beraberinde getireceği unutulmamalıdır. Problemlerin dışında yenilikler ve çözümler de gelecektir. UX ve UI tasarım bir insanın web sitesine tıkladığında ihtiyacı olan problemleri çözerek yeni bir deneyim sunarak grafik tasarımını beslemektedir. Sanal gerçeklik gelişen teknolojinin açık çağrısına kulak vererek tasarımı tek boyuttan çoklu gerçekliğe taşıyarak daha önce deneyimlenmemiş bir gerçeklik algısı yaratarak metaverse akımına ortam hazırlamıştır. NFT dijital sanatı zincirlerinden kopararak özgürleştirmiş ve korumuştur. Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, grafik tasarım üzerinde etkili olan dijital ortam ve bilgisayar teknolojileri, günümüz yaşantısında tasarımcı ve sanatçıları, yarattığı imkânlar ile etkisi altına almış, yarattığı etki ve kazandırdığı hızla birlikte kullanımını tüm dünya üzerinde yaygınlaştırmayı başarmıştır. Yaşanan gelişmelerle dijital ortam teknolojileri, ilk zamanlar sadece bir üretim aracı olarak gösterilirken, günümüzde artık net bir şekilde başlı başına bir sanat aracı haline dönüşmüştür. Dijital teknolojiyle üretilen eserler, ortaya çıkarılan işler, grafik tasarımın her alanını etkilemiş ve yapılan eserler göz önüne alınarak görülmüştür ki, tasarım ürünlerinde günümüzde vazgeçilmez bir temel haline gelmiştir. Teknoloji, sadece tasarımı etkilemekle kalmamış, geleneksel alışkanlıkları kırıp, yerine mevcut teknolojik yöntemlerini aşlamıştır. Teknolojik etkilerle güçlenen tasarım unsurları, geleneksel yönlerinden daha verimli bir hale gelmiş, yarattığı bu verimlilik ve kolaylıkla tasarımcı ve sanatçılara eserlerinde yeni ifade biçimlerini yaratmada, verilmek istenen duygu

ve hisleri daha kolay aşılabilme özelliğini kazandırmıştır. Teknolojik gelişmelerin etkileri, sadece tasarım alanında değil, birçok alanda insanların yaşamlarını etkilemiş ve değişimlere uğratmıştır. Dijital teknolojiadaki gelişmeler, grafik tasarım öğelerinden biri olan illüstrasyon alanında köklü değişimlere sebep olmuş, geleneksel yönlerin değişmesinde de katkılar sağlamıştır. Özellikle modern çağda ortaya çıkan gelişmeler, illüstrasyon ile yapılan tüm eserlerde değişimi getirmiş, yapılan işlerin ifade biçimlerini değiştirmiş ve teknik yöntemlerinin değişimini zaruri kılmıştır. Bilgisayar destekli illüstrasyon yapımı, dijital ortam teknolojisiyle donanım olarak bilgisayar ve tabletlerle, yazılım olarak da geliştirilen iki ve üç boyutlu programlarla desteklenmiştir. Dijital teknolojiden en az, illüstrasyonun etkilendiği kadar etkilenen bir diğer grafik tasarım alanı ise animasyon olmuştur. Animasyon, günümüz grafik tasarımında kendini sürekli yenileme ihtiyacı duyan bir alan haline gelmiştir. Tüm bu gelişmelerin beraberinde grafik tasarım da kendini sürekli yenileyecek ve yapılan bu yenilik ve değişiklikler her zaman yapılan işin ya da eserin kalitesini arttırmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- RAEMY, J. (2017). The International Image Interoperability Framework (IIIF): raising awareness of the user benefits for scholarly editions. 10.13140/RG.2.2.34211.89125.
- ADLASSNIG, K. P. (2002). *Artificial-intelligence-augmented systems*. Artificial Intelligence In Medicine. 24., s. 01-04.
- ZAKAS, N. (2013). The Evolution of Web Development for Mobile Devices. Queue. 11. 10.1145/2436696.2441756.
- BAYRAK, H. (2019a). *İnternet kullanımı ve sosyal medya istatistikleri (Ocak)*. Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> Erişim Tarihi: 08.03.22
- BAYRAK, H. (2019b). *Türkiye internet kullanım ve so-*

syal medya istatistikleri (Ocak). Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-so-syal-medya-istatistikleri/> Erişim Tarihi: 10.03.22

BILGIÇ IT ACADEMY, (2018). *Büyük Veri – Big Data Nedir?* <https://www.bilginc.com/tr/egitim-haber/buyuk-veri-big-data-nedir>

BRYNJOLFSSON, E. VE MCAFEE, A. (2014). *The second machine age*, Türk Hava Yolları Yayınları.

DEMIREL, F. (2015). *Moore yasası nedir?* medium.com <https://medium.com/turkce/moore-yasasi-moore-law-nedir-c31bee8da753> Erişim Tarihi: 11.03.22

DW DOCUMENTARY, (2018). *How cash is becoming a thing of the past*. DW (Deutsche Welle) Documentary. [Youtube Video]. (00.28.00 – 00.32.25) <https://www.youtube.com/watch?v=GbECT1J9bXg>, Erişim Tarihi: 10.04.19

KARAÇEPER, S. (2018). *Dijital teknoloji ve grafik tasarımda yenilikler*. İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 4 (8) , 73-83.

KHANACADEMYTÜRKÇE, (2018). *Üstel büyüme ve küçülme (Matematik) (Cebir)*. [Youtube Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=4uZX1s-vNhA>

KUZULOĞLU, S. (2018). *21. yüzyıl için 21 ders: Yuval Noah Harari ile röportaj*, Erişim adresi: <http://yucelbini-ci.com/21-yuzyil-icin-21-ders/> Erişim Tarihi: 22.03.22

GUTSCHE, J. (2018). *Ai & the super future – future festival*, Trend Hunter.com [Youtube Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=OzBJigTfGeE> Erişim Tarihi: 20.03.22

LANIER, J. (2018). *How we need to remake the internet*. TED. [Youtube Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=qQ-PUXPVlos> Erişim Tarihi: 23.03.22

MCLUHAN, M. (2014). *Gutenberg galaksisi: tipografik insanın oluşumu*. 3. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

NIYAZIOĞLU, S. (2016). *Grafik tasarımın Türkiye'deki tarihinde özneler*, Türkiye Tasarım Kronolojisi, Deneme, Grafik, 2. Oturum, Biz İnsan mıyız? 3. İstanbul Tasarım Bienali, İstanbul Kültür Sanat Vakfı, 5 Kasım 2016, Studio-X İstanbul. [Youtube Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=AgnA-32TAe3U> Erişim Tarihi: 23.03.22

NORMAN D. (2015). *What is Ux*. [Youtube Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoIN4E>