

A Qualitative Study on the Effectiveness of Generative Artificial Intelligence in Graphic Design Practice

Tuba Şekerli¹, Çetin Tüker²

ORCID NO: 0009-0009-1619-355X¹, 0000-0002-5621-4804²

^{1,2}Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, Istanbul, Türkiye

Developments in artificial intelligence technology are not only changing our business processes and production methods, but also reshaping our understanding of creativity and design. For the graphic design field, this situation has initiated a new technological leap process. In the field of graphic design, artificial intelligence technology has been used in areas such as automatic image creation, design suggestions, colour and layout optimisation after the 2010s, especially with the advances in deep learning and machine learning technologies. In this study, it was aimed to examine the possible effects of artificial intelligence on graphic design processes, designers' adaptation process to artificial intelligence technology, their perspectives on this technology, the innovations and possible changes it brought to the field of graphic design. In this context, a case study has been conducted with the participation of seven expert and professional designers in order to examine the effectiveness of generative artificial intelligence in the field of graphic design. Three research questions were determined; (RQ1) What are the positive and negative effects of artificial intelligence-based applications, such as Dall-e a generative artificial intelligence tool, on design processes and designers' working dynamics? (RQ2) What are the effects of the designer's practice of generating prompts at the beginning of the design process on the quality of the resulting design? (RQ3) What are the difficulties faced by designers when using the Dall-e application, and what are the advantages and disadvantages of the application? In order to evaluate the overall effectiveness of the integration of the Dall-e AI application into different design disciplines, various fields such as logo design, food packaging design and poster design were selected. The reason for choosing the field of logo design is to examine how Dall-e brings together the symbolic and abstract elements of logo designs and to investigate its ability to produce original and meaningful symbols. The reason for choosing the packaging design field is to investigate how the packages created by Dall-e are associated with three-dimensional objects and how they convey the physical properties of the product. The field of poster design was chosen to evaluate Dall-e's illustrative abilities in visual production. The designers produced visual outputs with the prompts they wrote in line with the briefs given using Dall-e, and evaluated the visual outputs created during the study. The results of this study indicate that integrating the Dall-e AI tool into design processes can yield significant time savings for designers and enhance productivity due to its capacity for rapid production. It is important to create detailed and clear prompts in order to significantly affect the quality of visual outputs with the Dall-e. Additionally, these technologies can be used as a new specific preliminary research tool for designers can increase the productivity of designers and create more time for their creative processes.

Received: 15.01.2024

Accepted: 07.03.2024

Corresponding Author:

tubasekerli1@gmail.com

Şekerli, T. & Tüker, Ç. (2024). A Qualitative Study on the Effectiveness of Generative Artificial Intelligence in Graphic Design Practice. *JCoDe: Journal of Computational Design*, 5(1), 105-138.

<https://doi.org/10.53710/jcode.1420146>

Keywords: Artificial Intelligence, Computational Design, Graphic Design, GAN, Generative Design.

Grafik Tasarım Pratiğinde Üretken Yapay Zekânın Etkinliği Üzerine Nitel Bir Araştırma

Tuba Şekerli¹, Çetin Tüker²

ORCID NO: 0009-0009-1619-355X¹, 0000-0002-5621-4804²

^{1,2} Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, İstanbul, Türkiye

Yapay zekâ teknolojisindeki gelişmeler, artık sadece iş süreçlerimizi ve üretim yöntemlerimizi değiştirmekle kalmıyor; aynı zamanda yaratıcılık ve tasarım anlayışımızın da yeniden şekillendirilmesine neden oluyor. Bu gelişmeler, grafik tasarım alanı için yeni bir teknolojik sıçrama sürecini başlatmıştır. Grafik tasarım alanında yapay zekâ teknolojisi, özellikle derin öğrenme ve makine öğrenmesi teknolojilerindeki ilerlemelerle birlikte 2010 yılından itibaren otomatik görüntü oluşturma, tasarım önerileri, renk ve düzen optimizasyonu gibi alanlarda kullanılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda, yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanıyla etkileşimini, bu alana entegrasyonunu ve tasarım süreçleri ile grafik tasarımcılar üzerindeki olası etkilerini incelemek amacıyla alanlarında uzman ve profesyonel 7 grafik tasarımcının katıldığı vaka çalışması gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler kapsamında tasarımcılar, bir üretken yapay zekâ aracı olan Dall-e'yi kullanarak verilen briefler doğrultusunda yazdıkları istemler (promptlar) ile görsel çıktılar üretmiş ve çalışma sırasında oluşturulan görsel çıktıları tasarım kriterlerine göre değerlendirmişlerdir. Çalışma sürecinde, grafik tasarım alanında yapay zekâ uygulamalarının geleceği, olumlu ve olumsuz yönleri, istem oluşturma pratiğinin elde edilen görsel sonuca etkisi, Dall-e kapsamında oluşturulan görsellerin yeterliliği, gelişen bu teknolojinin gelecekte tasarımcıların rolünü nasıl değiştirebileceği, tasarımcıların yaratıcılık ve özgünlük algıları, tasarımcıların teknik beklentileri ve yapay zekâ kullanımı sırasında karşılaştıkları zorluklar ve olanaklar üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda yapılan çalışmalar sonucunda yapay zekâ teknolojilerinin poster ve ambalaj tasarımı alanında oldukça verimli bir araç olarak kullanılabilmesi ancak logo tasarımı konusunda halen yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. Tasarımcıların bu alanda güncel olmaları gerektiği vurgulanarak, grafik tasarım eğitimi veren kurumların da eğitimlerinde üretken yapay zekâları kapsayacak şekilde güncellenmesi tavsiye edilmiştir.

Teslim Tarihi: 15.01.2024

Kabul Tarihi: 07.03.2024

Sorumlu Yazar:

tubasekerli1@gmail.com

Şekerli, T. & Tüker, Ç. (2024). Grafik Tasarım Pratiğinde Üretken Yapay Zekânın Etkinliği Üzerine Nitel Bir Araştırma. *JCoDe: Journal of Computational Design*, 5(1), 105-138.

<https://doi.org/10.53710/jcode.1420>

[146](#)

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

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Grafik tasarım alanı, teknolojik gelişmeler ile birlikte sürekli olarak değişmekte ve yenilenmektedir. Günümüzde, YZ (yapay zekâ) teknolojilerinin hızla gelişmesi, bu alanı tekrar önemli bir dönüşüm sürecinin içine girmesine neden olmuştur. Grafik tasarımın geleceğini şekillendirme potansiyeline sahip bu teknoloji, tasarım pratiğindeki kavramsal ve uygulamalı değişikliklerin bir yansımasıdır. 2010 yılından itibaren grafik tasarım alanında, başlangıçta görüntü işleme, tipografi ve düzen gibi tekrarlanan görevlerin otomatikleştirilmesi için kullanılan YZ teknolojisi, işlevsellik ve kapsam bakımından kısıtlamalara sahip olmasına rağmen, son yıllarda daha gelişmiş YZ tabanlı yöntem ve araçlarının oluşumuna zemin hazırlamıştır (Mustafa, 2023). Özellikle derin öğrenme ve sinir ağlarındaki ilerlemeler sayesinde, artık büyük veri kümelerini benzersiz bir şekilde değerlendirerek yorumlayabilir hale gelen bu teknoloji, tasarımcılara renk seçenekleri ve kompozisyon gibi konularda oldukça faydalı araçlar sunmaya başlamıştır (Mustafa, 2023). YZ, veri ve algoritmaların inovasyon süreçlerine entegrasyonu yoluyla tasarım ve inovasyon anlayışımızı köklü bir şekilde dönüştürmektedir. Bu durum, tasarımcıların tasarım süreçlerinde öğrenme ve adaptasyon yeteneklerini geliştirmekte, böylece tasarımın bir karar verme ve problem çözme süreci olduğu gerçeğini öne çıkartmaktadır (Vergant, Vendraminelli, & Iansiti, 2020). Grafik tasarım alanında, YZ teknolojisindeki bu gelişmelerin, YZ'nin tasarım süreçlerinde yenilikçilik ve adaptasyon, zaman tasarrufu ve verimliliği artırma, yaratıcı süreçlere yardımcı olma, yenilikçi tasarım seçenekleri sunma, özelleştirilmiş ve benzersiz içerik üretme gibi konularda oldukça etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu teknolojinin tasarım dünyasında yeni bir dönemin kapılarını aralayacağına inanılmaktadır. (Jockims, 2022). Kulkarni ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmada, profesyonel olmayan tasarımcıların YZ ile görsel oluştururken yazdıkları promptları test edip geliştirerek daha iyi sonuçlara ulaştıkları belirtilmiştir. Ayrıca, YZ modellerinin tasarım süreçlerini yenilikçi biçimde geliştirdiğini ve tasarımcı olmayanların da bu araçlarla etkili tasarımlar üreterek tasarım süreçlerine dahil olabilecekleri ifade edilmiştir (Kulkarni, ve diğerleri, 2023). Mustafa (2023) ise çalışmasında, bu araçların bilinçsiz kullanımıyla oluşturulan tasarımların benzerlik ve aynılışma riski taşıması nedeniyle, yaratıcılık ve özgünlüğe değer veren bir sektör için

ideal olmayacağını belirtmiştir. Luis (2023) çalışmasında, YZ uygulamalarının grafik tasarım süreçlerini hızlandığını ve yaratıcılığı desteklediğini ancak nihai tasarım sonuçları için insan tasarımcıların müdahalesinin gerekli olduğunu belirtmiştir. Hashemieh (2020) ve Hien (2023) benzer şekilde, YZ araçlarının grafik tasarım süreçlerine yardımcı olabileceğini, ancak insan tasarımcıların yerini bu araçların almayacağını belirtmişlerdir. Melamin de (2022) çalışmasında, tasarımcıların YZ'yı bir tehdit olarak görmediklerini, aksine rutin görevleri devralarak yaratıcı faaliyetler için tasarımcılara alan açabilecek fırsatlar olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Liu (2023) ise, bu yeni teknolojinin grafik tasarım alanını önemli ölçüde iyileştirdiğini, alışılmış yöntemlere göre daha karmaşık ve estetik durumlara iyi çözümler sunduğunu belirtmiştir. Li de (2020), bu teknolojinin, daha yenilikçi ve etkili tasarımların oluşumuna imkân sağlayarak, grafik tasarım alanında büyük bir değişim oluşturma potansiyeline sahip olduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde, Meron da (2022), YZ'nin tasarım süreçlerini geliştirebileceğini belirtmiş ve tasarımcılar ile bilgisayar mühendislerinin iş birliğinin bu teknolojinin, tasarımın yaratıcı yönlerini keşfetmesinde önemli rol oynayabileceğini vurgulamıştır. Ancak, Fatima (2023) tasarımcıların bu teknolojiye aşırı güvenmelerinin oluşturulan işlerde özgünlüğün ve yaratıcılığın azalabileceği konusunda endişeler olduğunu, tasarımcıların bu teknolojiye bağımlı hale gelmelerinin oluşturulan tasarımların aynışmasına ve tasarımcıların tembelleşmesine yol açabileceğini belirtmiştir.

Bu bağlamda çalışmada, YZ'nin grafik tasarım süreçleri üzerindeki potansiyel etkilerini, tasarımcıların YZ teknolojisine adaptasyon sürecini, bu teknolojiye bakış açılarını, grafik tasarım alanına getirdiği yeniliklerin ve olası değişikliklerin incelenmesi amaçlanmış ve bu kapsamda üç araştırma sorusu belirlenmiştir;

- 1) Dall-e gibi YZ tabanlı uygulamaların tasarım süreçleri ve tasarımcıların çalışma dinamikleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?
- 2) Tasarımcının tasarım sürecini başlatırken istem (prompt) oluşturma pratiğinin sonuçta elde edilen tasarımın niteliğine olan etkileri nelerdir?
- 3) Tasarımcıların Dall-e uygulamasını kullanırken karşılaştıkları zorluklar, uygulamanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?

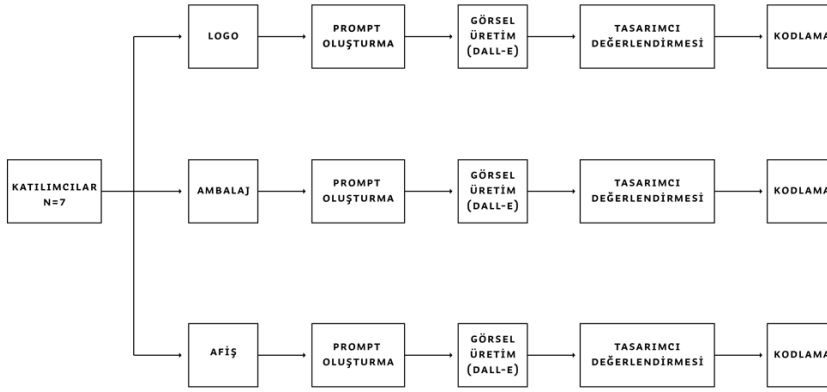
2. GRAFİK TASARIM ALANINDA YAPAY ZEKÂ (DALL-E) UYGULAMALARINA İLİŞKİN VAKA ÇALIŞMALARI (CASE STUDIES ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE (DALL-E) APPLICATIONS IN GRAPHIC DESIGN)

Bu çalışma, bir yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, belirlenen araştırma sorularına yanıt aramak üzere 7 grafik tasarımcının katıldığı bir vaka çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda, tasarımcılarla yapılan görüşmelerde (a) grafik tasarım alanında YZ uygulamalarının geleceği, (b) YZ uygulamalarının grafik tasarım alanına olumlu ve olumsuz yönleri, (c) istem oluşturma pratiğinin elde edilen sonuca etkisi, (d) Dall-e kapsamında oluşturulan görsellerin yeterliliği, (e) gelişen bu teknolojinin gelecekte tasarımcıların rolünü nasıl değiştirebileceği, (f) tasarımcıların yaratıcılık ve özgünlük algıları, (g) tasarımcıların teknik beklentileri ve YZ kullanımı sırasında karşılaştıkları zorluklar ve olanaklar üzerinde durulmuştur.

2.1 Yöntem ve Süreç (Method and Process)

Çalışmalar, yaklaşık 1 saat süren yarı yapılandırılmış görüşmeler kapsamında, 4 ü kadın 3'ü erkek toplam 7 ayrı grafik tasarımcı ile farklı zamanlarda, Google Meet üzerinden ses ve ekran kayıtları alınarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 2'si Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım bölümünde öğretim elemanı, 3'ü profesyonel tasarımcı ve 2'si öğrencidir. Katılımcıların yaş aralığı 26 ile 46 arasındadır. Bu çalışma uzman kullanıcıların bir üretken YZ aracının grafik tasarımın belli alanlarındaki kullanımı ile ilgili kullanıcı görüşlerinin toplanıp yorumlanmasını hedefleyen bir çalışmadır. Literatürde nitel araştırmalarda ulaşılması gereken katılımcı sayısı ile ilgili bir görüş birliği yoktur (Baker ve ark., 2012). Nitel araştırmanın sayısallaştırılıp istatistik analizler yapılmasının amaçlanması kullanıcı sayısını yüksek tutmayı gerektiren başat faktörlerden biridir (Macefield, 2009). Bu çalışmada ise kullanıcı görüşlerinin çeşitliliğinde (olumlu ve olumsuz) doygunluğa ulaşmak amaçlanmıştır. Nielsen ve Landauer'in (1993) belli bir zaman, alan veya hacimde belli bir olayın gerçekleşme sayısını modellemede kullanılan Poisson sürecine referansla hesapladığına göre 7 kişilik bir kullanıcı grubu ile olası durumların %60-90'ı tespit edilebilir. Bu çalışmada 7 kişilik grup aynı alanda 3 farklı konuda çalışmıştır. Çalışmanın tekrarlanması da olası olayların tespitinde kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır.

Çalışma kapsamında her bir katılımcı A, B, C, D, E, F, G şeklinde kodlanmıştır. Her tasarımcı, içerikleri belirlenen logo, gıda ambalajı ve afiş tasarım briefleri doğrultusunda üç alan için ayrı ayrı üçer ayrı istem oluşturmuş ve her bir istemi üç kez Dall-e YZ uygulamasına girerek tek bir tasarım alanı için 9 görsel üretim gerçekleştirmiş, diğer tasarım alanları için de aynı protokolü uygulayarak toplam 27 görsel çıktı elde etmişlerdir (**Şekil 1**). Dall-e tarafından oluşturulan görsel çıktılar arasından her bir alan için katılımcıların tasarım kriterlerine en çok uyan üçer görsel çıktı seçilmiş ve değerlendirilmiştir. Daha sonra görüşmelerden elde edilen veriler nitel analiz yöntemi ile analiz edilerek kod kitapları çıkartılmış ve çıkartılan kod kitapları kapsamında çalışmanın bulgular kısmı elde edilmiştir.



Şekil 1: Vaka çalışmaları akış diyagramı (Flow diagram of the case studies) (Şekerli, 2024).

2.1.1 Çalışmalarda Dall-e Yapay Zekâ Aracının Kullanım Nedenleri ve Versiyonu (Reasons for Using Dall-e Artificial Intelligence Tool in Studies and Version)

Araştırmada, Dall-e'nin 3. versiyonu kullanılmıştır. Dall-e 3'ün tercih edilme nedeni, özellikle insan detayları gibi hassas unsurlarda metin oluştururken önceki modellere kıyasla getirdiği belirgin gelişmelerdir. Dall-e 3, özellikle görüntüye eklenmiş okunabilir metinler gibi yeni özellikler sunarak kullanıcıların geniş bir yaratıcılık ve esneklik alanına erişimini sağlamaktadır (Franzen, 2023). Dall-e 3'ün metin/tipografi ile görüntü oluşturma becerisi, kullanıcıların daha karmaşık ve detaylı görüntüler oluşturmalarını sağlayarak görsel iletişimde etkili bir şekilde kullanılmasına olanak tanımaktadır. Mevcut durumda, diğer YZ modellerinin metin ve tipografi ile görüntü oluşturma konusunda belirli kısıtlamaları bulunmaktadır (Franzen, 2023). Bu bağlamda, Dall-e 3'ün sunduğu özelliklerin, kullanıcıların görsel ve metinsel içeriği daha etkin

bir şekilde birleştirmesine imkân tanınması, gerçekleştirilen vaka çalışmaları için daha uygun bir model olarak değerlendirilmiş ve Dall-e YZ modeli ile çalışmalar yürütülmüştür.

2.2 Vaka Çalışmaları (Case Studies)

Dall-e YZ uygulamasının farklı tasarım disiplinlerine entegrasyonunun genel etkinliğini değerlendirmek amacıyla logo tasarımı, gıda ambalaj tasarımı ve afiş tasarımı gibi çeşitli alanlar seçilmiştir. Bu kapsamda, logo tasarım alanı seçilerek, markanın kimliğini ve değerlerini görsel olarak temsil etmek için oluşturulan logo tasarımlarının sembolik ve soyut unsurlarını Dall-e'nin nasıl bir araya getirdiğini incelemek, özgün ve anlamlı semboller üretme becerisinin araştırmak amaçlanmıştır. Gıda ambalaj tasarım alanının seçilme nedeni ise, bir ürünün korunması, taşınması ve pazarlanması için kullanılan görsel ve yapısal tasarım süreçlerini içeren bir nesne olmasıdır. Bu süreç, tüketicilere ürünün özelliklerini, marka kimliğini ve kullanım bilgilerini etkili bir şekilde iletmek için yaratıcı ve teknik becerilerin bir araya getirilmesini gerektirir. Bu kapsamda, Dall-e'nin oluşturduğu ambalajları üç boyutlu nesnelere nasıl ilişkilendirildiği ve ürünün fiziksel özelliklerini nasıl aktardığının araştırılması amaçlanmıştır. Dall-e'nin görsel üretimdeki illüstratif yeteneklerinin değerlendirilmesi için ise afiş tasarım alanı seçilmiştir. Ayrıca, Dall-e'nin oluşturduğu illüstrasyonları tipografi ile nasıl birleştirdiği ve bu birleşimin tasarım kriterlerine ne kadar uygun olduğu üzerine de odaklanılarak Dall-e'nin bu alandaki becerisi incelenmiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar, Dall-e'nin çeşitli grafik tasarım alanlarındaki performansını ve YZ teknolojilerinin tasarım süreçlerine nasıl dahil edilebileceğinin anlaşılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

2.2.1 Logo Tasarımı Çalışması (Logo Design Study)

Bu çalışmada, katılımcılar 'Fika' çikolata markası için YZ aracı Dall-e kullanarak logo tasarımları gerçekleştirmişlerdir. Verilen logo briefi doğrultusunda tasarımcılardan minimalist ve basit bir tasarım yaklaşımı kullanarak, modern, çekici ve akılda kalıcı bir logo tasarımı oluşturmaları ve bu doğrultuda istemler yazmaları talep edilmiştir. Aşağıda sırayla katılımcıların yorumları, Dall-e ile oluşturdukları logo tasarımları ve birer görselin istemi belirtilmiştir.

Katılımcı A, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e'nin tipografi unsurlarını kullanmada (yazı karakterleri, harf aralıkları, renk,

boyut vb.) ve tasarım detaylarını oluşturma konusunda yetersiz kaldığını, bu sebeple belirli kısıtlamalara sahip olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı, elde edilen görsellerin tamamlanmış bir logo tasarımı olarak kabul edilemeyeceğini vurgulayarak, Dall-e'nin özellikle tasarım sürecinin ilk aşamalarında, fikir geliştirme amacıyla faydalı olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, bu aracın yaratıcılığı şekillendirme ve tasarımcının özgünlüğünü sınırlama potansiyeline sahip olduğu konusunda bazı endişelerini ifade etmiştir. Ayrıca, YZ'nin logo tasarımında tam anlamıyla bağımsız bir şekilde çalışamayacağına ve bir tasarımcının yönlendirmesi gerektiğini belirterek, bu durumun gelecekteki teknolojik gelişmelerle değişebileceğini belirtmiştir.

“Create an image of a single mountain with a round form in a fluid and minimal style. The design should be in black, with smooth transitions and a flowing aesthetic that conveys the elegance and simplicity of a mountain range. Aim for a serene and artistic impression, with the mountain appearing abstract yet identifiable. The artwork should have a flat, vector-style design. Below the mountain, include the word 'Fika' written in a sharp, distinct font, contributing to the overall minimalist and stylish presentation.” (Akıcı ve minimal bir tarzda yuvarlak bir forma sahip tek bir dağ görüntüsü oluşturun. Tasarım siyah renkte olmalı, yumuşak geçişler içermeli ve bir dağ sırasının zarafetini ve sadeliğini yansıtan akıcı bir estetiğe sahip olmalıdır. Dağın soyut ancak tanımlanabilir görüldüğü dingin ve sanatsal bir izlenim hedefle. Resim düz, vektör tarzı bir tasarıma sahip olmalıdır. Dağın altında, genel minimalist ve şık sunuma katkıda bulunacak şekilde, keskin ve farklı bir yazı tipiyle yazılmış 'Fika' kelimesi yer almalıdır.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 2).



Şekil 2: Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant A's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies. (Şekerli, 2024).

Katılımcı B, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e'nin tipografi unsurlarını kullanmada (yazı karakterleri, harf aralıkları, renk, boyut vb.) ve tasarım detaylarının entegrasyonu konusunda yetersiz kaldığını ve bu durumun birtakım sınırlamalar yarattığı belirtilmiştir. Katılımcı, özellikle logoların netlik ve minimalist yaklaşımlar gerektirdiği noktasında, Dall-e'nin bu alanlarda sınırlamalarının olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı, Dall-e'yi fikir oluşturma aşamasında yararlı bulmakla birlikte, bu aracın yaratıcı süreçleri etkileyebileceğini ve tasarımcının

özgün yaklaşımlarını sınırlandırabileceğini dile getirmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcı YZ'nin logo tasarımında bağımsız olarak etkin bir rol oynamasının şu an mümkün olmadığını, bunun yerine bir tasarımcının rehberliğine ihtiyaç duyulduğunu ifade etmiştir.

“Design a minimalist logo for the 'FIKA' chocolate brand. The emblem should feature a visually weighted 'F' with soft transitions, capturing the fluidity reminiscent of chocolate. Craft the logo in a brown color with a vector-based structure. Beneath the emblem, include the 'FIKA' text in a sans-serif and contemporary font.” (‘FIKA’ çikolata markası için minimalist bir logo tasarla. Amblem, çikolatayı anımsatan akışkanlığı yakalayan yumuşak geçişlere sahip görsel olarak ağırlıklı bir ‘F’ içermelidir. Logoyu kahverengi renkte ve vektör tabanlı bir yapıda oluştur. Amblemin altında, sans-serif ve modern bir yazı tipinde ‘FIKA’ metnini ekle.)

Şekil 3: Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant B's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



Katılımcı C, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e'nin logo tasarımında belirli yönlerde eksiklikler gösterdiğini ve tasarımın genel vizyonunu tam anlamıyla yansıtamadığını belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin yazılan istemlere başarılı bir şekilde yanıt vermesine rağmen, logo tasarımında istemlerde belirtilen renk ve formu beklediği düzeyde aktaramadığını ifade etmiştir. Ayrıca, oluşturduğu amblem ile tipografiyi birleştirerek logolaştırma konusunda yetersiz kaldığını belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin tipografik unsurların (yazı karakterleri, harf aralıkları, renk, boyut vb.) kullanımında da yetersizlikler olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, katılımcı, Dall-e'nin tasarım sürecinin ilk aşamalarında, özellikle fikir üretiminde yararlı olabileceğini ifade etmiş ve istem yazımının sonuçlar üzerinde büyük etkisi olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, tasarımcıların mesleki terminolojiye olan hakimiyetinin bu süreçte çok önemli olduğunu da dile getirmiştir.



Şekil 4: Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant C's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Minimal logo design for chocolate company Fika, use black, brown and white background, create an emblem with linear patterns inside a round form. The company name 'Fika' should be displayed below it in a modern font.” (Çikolata şirketi Fika için minimal logo tasarımı, siyah, kahverengi ve beyaz arka plan kullan, yuvarlak bir form içinde doğrusal desenlerle bir amblem oluştur. Şirket adı 'Fika' modern bir yazı tipiyle altında gösterilmelidir.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 4).

Katılımcı D, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e YZ aracının, belirtilen serif yazı tipini tam anlamıyla kavrayamadığını ve tipografik ayrıntıları istenen düzeyde yansıtamadığını ifade etmiştir. Ancak, ikinci istemde K ve A harfleri üzerinde yapılan lekese çözüm ve istenen efektin uygulanması konusunda Dall-e'nin yaratıcı yaklaşımlar sunduğunu belirtilmiştir. Katılımcı D, ayrıca, istemde belirtilmeyen bazı formların üretiminin, tasarım sürecinde yeni fikirlerin oluşmasına katkı sağlayabileceğini dile getirmiştir. Son istemde ise, Dall-e'nin tipografi ve amblemle uyumlu bir kompozisyon oluşturarak, harfler arasındaki boşlukları dengeli bir biçimde kullandığını ifade etmiştir. Katılımcı, istemde koyu-mor rengini zemin olarak düşündüğünü belirtmiş, fakat Dall-e'nin bu renk seçimini logonun geneline uyguladığını ve bunun istemle ilişkili olabileceğini ifade etmiştir.



Şekil 5: Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant D's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a vector logo featuring a minimal and stylized peacock. “fika” should be written under the icon with geometric monospace typography. The color scheme should be dark, purple as referring the luxury.” (Minimal ve stilize bir tavus kuşu içeren vektörel bir logo tasarla. Simgenin altında geometrik monospace tipografi ile “fika” yaz. Renk

düzeni lükse atıfta bulunacak şekilde koyu mor olmalıdır.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (**Şekil 5**).

Katılımcı E, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e tarafından oluşturulan logolarda tasarımsal eksiklikler bulunmasına karşın, bu aracın bir yapı kurmaya çalıştığını ifade etmiştir. Katılımcı, özellikle logo tasarımlarında okunurluk sorunlarına ve tipografinin yetersiz kullanımına dikkat çekerek, elde edilen görsellerin pratik açıdan çok işlevsel olmadığını, ancak detaylı istemler ile daha iyi sonuçlar elde edilebileceğini belirtmiştir. Özellikle üçüncü istemde belirttiği lüks konseptine karşı Dall-e'nin eski bir tarzda görsel oluşturduğunu fakat bu istemde illüstrasyon açısından daha olumlu sonuçlar elde edildiğini ifade etmiştir. Genel olarak, katılımcı Dall-e'nin logo tasarımında yaratıcı fikirler üretme konusunda yardımcı olabileceğini, ancak şu an için doğrudan bir tasarım sonucu sağlama konusunda yeterince başarılı olmadığını belirtmiştir.

Şekil 6: Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant D's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Design a simple chocolate fountain logotype for luxury chocolate brand called Fika. Brown color.” (Fika adlı lüks çikolata markası için basit bir çikolata çeşmesi logosu tasarla. Kahverengi renk.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (**Şekil 6**).

Katılımcı F, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e'nin logo tasarımı sırasında oluşturduğu görsellerin grafik kalitesinin düşük olduğunu ve bu görsellerin daha çok tematik bir yaklaşım sunduğunu dile getirmiştir. Katılımcının isteminde vurguladığı modernlik temasının Dall-e tarafından tam olarak kavranmadığını ve sonuç olarak daha süslü, dekoratif görsellerin ortaya çıktığını ifade etmiştir. Bununla birlikte, bu temaların Dall-e'ye daha açık bir biçimde aktarılmasının gerekliliğine değinmiştir. Katılımcı F, Dall-e'nin ürettiği görsellerin kesin sonuçlar sağlamadığını ve nihai tasarım için insan müdahalesi gerektirdiğini vurgulamıştır. Ancak, Dall-e'nin fikir üretme aşamasında

faydalı bir araç olabileceğini ve kendisinin de normal tasarım süreçlerinde YZ teknolojisini bu amaçla kullandığını belirtmiştir.



Şekil 7: Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant F's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a solid, clean and luxury logo for a distinguished chocolate/cocoa brand named 'Fika'. The key color will be black, and the typographic style will be modern and fashionary. It will include an emblem resembles luxury and prosperity. Consider it is a high-quality product for the general customer.” ('Fika' adlı seçkin bir çikolata/kakao markası için sağlam, temiz ve lüks bir logo tasarla. Ana renk siyah olacak ve tipografik stil modern ve moda uygun olmalı. Lüks ve refahı andıran bir amblem içerecektir. Genel müşteri için yüksek kaliteli bir ürün olduğunu düşün.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (Şekil 7).

Katılımcı G, Dall-e ile oluşturduğu logo tasarımları için; Dall-e'nin logo tasarım prensiplerini tam anlamıyla kavrayamadığı ve sonuç olarak daha çok resimsel görseller ürettiğini belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e tarafından oluşturulan logo görsellerinin aşırı süslemeli ve sade olmaktan uzak bir tarzda yapıldığını ifade etmiş, bu durumun logo tasarımı için işlevsel bir yapı oluşturmadığını vurgulamıştır. Bunun yanı sıra, istemlerde belirtilmemiş olmasına rağmen, Dall-e'nin logo görsellerine gereksiz tasarım elemanları eklediğini belirtmiştir. Ayrıca, Dall-e'nin istemlerde belirtilen markanın ismini doğru bir şekilde algılayamadığını ve çoğunlukla yanlış yazdığını, belirtilen tipografi unsurlarını (yazı karakterleri, harf aralıkları, renk, boyut vb.) oluşturmada da yetersiz kaldığını ifade etmiştir. Katılımcı ayrıca, istemlerde belirttiği kavramların Dall-e tarafından tam olarak yansıtılmadığını da dile getirerek, süreç içinde üretilen görsellerin nihai tasarım sonuçları olarak kabul edilemeyeceğini ifade etmiştir.

Şekil 8: Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu logo tasarımları. (Participant G's logo designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Design a logo for a chocolate brand, named "Fika". This is a new brand which has very elegant approach on their quality chocolates. Use a sans-serif typeface in the logo and use only capital letters. The feeling of the logo must be chic and simple. Use only dark blue colours. Use some positive tracking in between each letter.” (Fika" isimli bir çikolata markası için logo tasarımı. Kaliteli çikolatalarında çok zarif bir yaklaşıma sahip yeni bir markadır. Logoda san-serif yazı karakteri kullan ve sadece büyük harfler kullan. Logonun hissi şık ve sade olmalıdır. Sadece koyu mavi renkleri kullan. Her harf arasında biraz boşluk kullan.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 8).

Katılımcıların genel görüşü, Dall-e'nin logo tasarımlarında tipografik unsurları (yazı karakterleri, harf aralıkları, renk, boyut vb.) kullanmada ve görsel detayları yansıtmada sınırlılıklar yaşadığı yönünde olmuştur. Ayrıca katılımcılar, logo tasarımı için oluşturdukları istemlerin Dall-e tarafından tam olarak algılanamadığını, Dall-e'nin oluşturduğu logo tasarımlarında istenilen netliği ve kesinliği sağlayamadığını, estetik ve fonksiyonel açıdan zayıf sonuçlar ürettiğini vurgulamış, bu nedenle, Dall-e'nin logo tasarım süreçlerinde tam olarak bağımsız çalışamayacağı ve bir tasarımcı tarafından yönlendirilmesi gerektiği konusunda hemfikir olmuşlardır. Ancak, katılımcılar Dall-e'nin, tasarım süreçlerinin başlangıç aşamalarında fikir üretimi için bir esinlenme aracı olarak kullanılabileceğini belirterek bu açıdan oldukça faydalı bulduklarını ifade etmişlerdir.

2.2.2 Ambalaj Tasarımı Çalışması (Packaging Design Study)

Bu çalışmada, katılımcılar 'Fika' çikolata markası için YZ aracı Dall-e kullanarak ambalaj tasarımları gerçekleştirmişleridir. Verilen brief doğrultusunda tasarımcılardan Fika çikolatasının kalitesini ve özgünlüğünü yansıtan lüks bir ambalaj tasarımı oluşturulması istenmiştir. Briefte ambalajın ön yüzeyinde Fika yazısının belirgin bir şekilde yer alması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, çikolatanın çeşidine (bitter, sütlü, fındıklı vb.) göre renk kodlaması yapılabileceği belirtilerek

tasarımcılardan bu doğrultuda istemler yazmaları talep edilmiştir. Aşağıda sırayla katılımcıların yorumları, Dall-e ile oluşturdukları ambalaj tasarımları ve birer görselin istemi belirtilmiştir.

Katılımcı A, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin ambalaj tasarımındaki kompozisyon kurulumunu başarılı bulduğu ve logo tasarımlarına kıyasla daha iyi bir düzenleme sağladığını belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin tipografi ve illüstrasyon arasındaki ilişkiyi etkili bir şekilde kurduğunu ve kurduğu bu ilişkinin tasarımcılara geliştirilebilir bir tasarım yapı sunduğunu ifade etmiştir. Özellikle ambalaj tasarımında Dall-e'nin renk, doku kullanımında ve çikolata temalı illüstrasyonlarda güçlü bir performans sergilediğini, vektörel gölgelendirmede parlaklık hissi yaratabildiğini dile getirmiştir. Katılımcı, tasarım süreçlerinde Dall-e'nin başlangıç aşamalarında ilham verici olabileceğini ve farklı konseptler üzerinde hızlı denemeler yapılmasını sağlayabileceğini vurgulamıştır. Ancak, ambalaj tasarımının son aşamalarında Dall-e'nin yetersiz kaldığını, ilk süreçlerdeki eskiz aşamasını hızlandırarak farklı konseptlerin denenmesine katkıda bulunabileceğini belirtmiştir. Katılımcı ayrıca, Dall-e tarafından oluşturulan görsellerin üç boyutlu model (mockup) olarak sunulmasının tasarımcılara ürünün piyasaya çıkış öncesi görünümü hakkında fikir verdiğini ve bu durumun tasarımcının tasarımın son halini ekstra çaba sarf etmeden görebilmesine olanak sağladığını ifade etmiş, bunu tasarım sürecinde iş yükünü azaltan bir avantaj olarak değerlendirmiştir. Yine de katılımcı özgünlük konusunda bazı endişeler taşıdığını ve tasarımcıların özgün tasarım yeteneklerinin YZ kullanımıyla olumsuz etkilenebileceğini dile getirmiştir.



Şekil 9: Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant A's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Create a chocolate bar with deer luxury packaging for the Fika chocolate company. The packaging must have Fika written on it and have a minimal design.” (Fika çikolata şirketi için geyik ile lüks ambalajlı bir çikolata oluşturun. Ambalajın üzerinde Fika yazmalı ve minimal bir tasarıma sahip olmalıdır.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (**Şekil 9**).

Katılımcı B, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; tasarımcı, Fika kelimesinin anlamını baz alarak İskandinav tarzı minimal tasarımlar yapmayı hedeflediği ve bu doğrultuda hazırladığı istemlerle Dall-e'nin ambalaj tasarımında bu tarzı başarıyla yansıttığını belirtmiştir. Tasarımcı, oluşturulan tasarımların detayları ve baskı tekniklerinin kullanımını etkileyici bulmuştur. Ayrıca, Dall-e'nin ambalaj görsellerinin piyasadaki potansiyel duruşuna dair iyi bir öngörü sağladığını, hızlı ve pratik üç boyutlu model görsellerle tasarım sürecini kolaylaştırdığını ve zaman kazandırdığını ifade etmiştir. Tasarımcı, özellikle renk, illüstrasyon ve baskı teknikleri konusunda Dall-e'nin başarılı olduğunu, ancak tipografi ve kompozisyonel dengede bazen zorlanabildiğini belirtmiştir.

Şekil 10: Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant B's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Photo of a chocolate bar packaging design for 'Fika' with a Nordic minimalist theme. The packaging showcases geometric illustrations of mountains and snow, incorporating pastel shades of blue and white. The lower part of the packaging features a subtle pattern of abstract flowers, in a contrasting warm gold color, to symbolize the warmth amidst the cold Nordic landscape.” (Fika için tasarlanmış, İskandinav minimalist tema ile yapılmış bir çikolata barı ambalaj tasarımının fotoğrafı. Ambalaj, mavi ve beyazın pastel tonlarını içeren geometrik dağ ve kar illüstrasyonlarını göstermeli. Ambalajın alt kısmında ise soğuk İskandinav manzarasının arasında sıcaklığı simgelemek için kontrast oluşturan altın renginde soyut çiçek desenleri yer alsın.) Baştaki 1. görsel için yazılan istem (**Şekil 10**).

Katılımcı C, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin ambalaj tasarımında lüks bir atmosfer yaratmada genel olarak iyi sonuçlar verdiğini belirtmiştir. Tasarımcıya göre, Dall-e altın ve kahverengi tonları etkin şekilde kullanmış ve süslü, detaylı illüstrasyonları istemlere uygun olarak başarıyla oluşturmuştur. Ancak, Dall-e'nin bazen kompozisyona gereksiz öğeler ekleyerek tasarımın bütünlüğünü bozabildiğini ifade etmiştir. Genel anlamda, tasarımcı Dall-

e'nin ambalaj tasarımında sunduğu çeşitlilik ve hızlı görsel üretim gerçekleştirmesinden dolayı başarılı bulmuştur.



Şekil 11: Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant C's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a modern packaging pattern for the Fika chocolate brand. Should be luxury, simple, classic, vintage, brand packaging for fika chocolate company.” (Fika çikolata markası için modern bir ambalaj modeli tasarla. Fika çikolata şirketi için lüks, sade, klasik, vintage bir ambalajı olmalıdır.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (**Şekil 11**).

Katılımcı D, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin yazılan istemler için genel olarak iyi sonuçlar oluşturduğunu ifade etmiştir. Dall-e, belirtilen bilgileri tam olarak yansıtamasa da, yakın sonuçlar elde etmiş ve özellikle sistem (grid) yapıları ve boşluk kullanımı konusunda başarılı bir işlevsellik sunmuştur. Ancak, bazen aşırı süslemeci bir tasarım sergilediğini belirtmiş, ayrıca Dall-e'nin istemlerde belirtilmese de ambalaj üzerine bir logo eklemesi gerektiğini anlayıp, bu yönde bir tasarım sunduğunu ve renk kullanımının iyi olduğunu ifade etmiştir.



Şekil 12: Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant D's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Create a packaging design for chocolate brand which is well known for its good product quality product. Use purple color to codify dark chocolate especially “%90” should be written as a focal point. “Fika” logo must appear on the front of the packaging with secondary in hierarchical order.” (İyi ürün kalitesiyle tanınan çikolata markası için bir ambalaj tasarımı oluştur. Bitter çikolatayı kodlamak için mor renk

kullan, özellikle "%90" odak noktası olarak yazılmalıdır. "Fika" logosu hiyerarşik sırayla ikincil olarak ambalajın ön tarafında görünmelidir.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (**Şekil 12**).

Katılımcı E, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin genel olarak iyi sonuçlar sunduğunu, özellikle sistem yapısı ve tipografik uygulamalarda etkili olduğunu belirtmiştir. İstemlerin genel yazılmasına rağmen, elde edilen sonuçları verimli bulduğunu ifade ederek, özellikle Dall-e'nin ambalaj tasarımlarını üç boyutlu model olarak sunmasının tasarımcılar için işlevsel olduğunu, gerçek hayatta oluşturulacak tasarımların hayal edilmesini ve sürecin hızlanmasını kolaylaştırabileceğini belirtmiştir. Ancak, Dall-e ile üretilen ambalajların dikkat çekici olmasına karşın, özellikle tipografik unsurların kullanımındaki eksiklikler nedeniyle, bir tasarımcı müdahalesinin olması gerektiğini vurgulamıştır.

Şekil 13: Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant E's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Create minimal packaging design for luxury chocolate brand called Fika. Use gold foil and dark green colors.” (Fika adlı lüks çikolata markası için minimal ambalaj tasarımı oluştur. Altın varak ve koyu yeşil renkler kullan.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (**Şekil 13**).

Katılımcı F, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin sunduğu görsellerin, nihai materyal seçimleri gibi tasarımcıya önemli bilgiler sunduğunu ve bunu ilgi çekici bulduğunu ifade etmiştir. Dall-e'nin renk ve illüstrasyon dengesi ile iyi tasarım düzenlemeleri yapabildiğini, özellikle detaylı istemlerde beklenilene daha yakın sonuçlar elde edildiğini belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin ambalaj tasarımında çarpıcı görseller üretmesine rağmen, nihai sonuçları tam olarak sağlamadığını, nihai tasarımın gerçekleşmesi için tasarımcının müdahalesinin gerekli olduğunu vurgulamış ve Dall-e'nin ambalaj tasarımında etkili bir eskiz aracı olarak kullanılabilirliğini ifade etmiştir.



Şekil 14: Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant F's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a luxury, neat, and modern packaging for a chocolate/cocoa brand named 'Fika' with coconut and vanilla-milk extracts inside. Use ultra-realistic melted chocolate images. The key colors are dark blue, light blue, and white; the packaging is very modern and high-class. Create it in comparison with Lindt or Toblerone. The package will incorporate glossy and shiny papers. Consider it as Swiss-made chocolate for the high-segment customer profile.” ('Fika' isimli bir çikolata/kakao markası için içinde hindistan cevizi ve vanilya sütü özleri bulunan lüks, temiz ve modern bir ambalaj tasarla. Ultra gerçekçi eritilmiş çikolata görselleri kullan. Ana renkler koyu mavi, açık mavi ve beyazdır; ambalaj çok modern ve üst sınıftır. Lindt veya Toblerone ile karşılaştırarak oluştur. Paket parlak ve gösterişli kağıtlar içermeli. Bunu yüksek segment müşteri profili için İsviçre yapımı bir çikolata olarak düşün.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (Şekil 14).

Katılımcı G, Dall-e ile oluşturduğu ambalaj tasarımları için; Dall-e'nin ambalaj tasarımındaki performansını logo tasarımına kıyasla daha etkili bulduğunu, renk kullanımı ve bazı hiyerarşik dengelerin oluşturulması konusunda başarılı olduğunu ifade etmiştir. Ancak, minimalist bir yapı talebine rağmen Dall-e'nin aşırı kalabalık tasarımlar oluşturduğunu ve bu durumun her zaman işlevsel olmayabileceğini belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin ürettiği görsellerin tasarımın başlangıç aşamasında ilham kaynağı olabileceğini, ancak bu kullanımın tasarım bilgisine sahip kişiler tarafından yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca, Dall-e'nin tipografik hatalar yapabildiğini, özellikle harf aralıklarını iyi ayarlayamadığını ve bu nedenle bazı tasarım problemlerine çözüm sunamadığını dile getirmiştir. Bunun yanı sıra, Dall-e'nin ambalaj tasarım süreçlerinde yeni fikirler oluşturmak ve sunduğu materyaller açısından faydalı olabileceğini belirtmiştir.

Şekil 15: Katılımcı G'nin vaka çalışmalarında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu ambalaj tasarımları. (Participant G's packaging designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Design a logo for a chocolate brand, named "Fika" on its own tablet packaging designs. This is a new brand which has very elegant approach on their quality chocolates. Use a san-serif typeface in the logo and use only capital letters. The feeling of the packaging must be chic and simple. Use only dark blue colours with white. Use white space to give trust.” ("Fika" adlı bir çikolata markası için kendi tablet ambalaj tasarımları üzerine bir logo tasarla. Kaliteli çikolatalarında çok zarif bir yaklaşıma sahip yeni bir marka. Logoda san-serif yazı karakteri kullan ve sadece büyük harfler kullan. Ambalajın hissi şık ve sade olmalıdır. Sadece beyaz ile koyu mavi renkleri kullan. Beyaz boşluk alanları oluştur.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (**Şekil 15**).

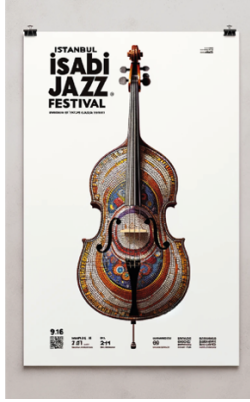
Katılımcılar Dall-e'nin oluşturduğu ambalaj tasarımlarında renk ve doku kullanımı açısından Dall-e'nin iyi sonuçlar ürettiğini, Dall-e tarafından oluşturulan görsellerdeki illüstratif yaklaşımın da oldukça başarılı olduğunu ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar, Dall-e'nin ambalaj tasarımlarında gereksiz elemanlar ekleyerek istenilen minimalist yapıdan bazen saptığını ve işlevselliği azalttığını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan, bazı tasarımcılar, Dall-e'nin istemlere dayalı tasarımlarda yaratıcı çözümler sunduğunu ve tasarım süreçlerinde ilham verici olabileceğini düşünmüşlerdir. Ancak, tasarımcıların çoğu, Dall-e'nin ambalaj tasarımı süreçlerinde tam olarak bağımsız çalışamayacağı ve bir tasarımcı tarafından yönlendirilmesi gerektiği konusunda hemfikir olmuşlardır. Tasarımcılar, Dall-e'nin özellikle ambalaj tasarımı konusunda fikir çeşitliliği ve hızlı görsel üretim sağladığını, ancak nihai sonuçların elde edilmesi için insan müdahalesinin gerekli olduğunu vurgulamışlardır.

2.2.3 Afiş Tasarımı Çalışması (Poster Design Study)

Bu çalışmada, katılımcılar “İstanbul Caz Festivali” afişi için YZ aracı Dall-e kullanarak afiş tasarımları gerçekleştirmişlerdir. Verilen brief doğrultusunda tasarımcılardan İstanbul Caz Festivali'nin ruhunu ve

dinamizmini hissettiren, aynı zamanda İstanbul'un tarihi ve kültürel dokusunu da yansıtan bir afiş tasarımı hazırlamaları istenmiştir. Afişte "İstanbul Caz Festivali" kelimesinin net ve anlaşılır olması gerektiği belirtilmiş ve katılımcılardan bu doğrultuda istemler yazmaları talep edilmiştir. Aşağıda sırayla katılımcıların yorumları, Dall-e ile oluşturdukları afiş tasarımları ve birer görselin istemi belirtilmiştir.

Katılımcı A, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; Dall-e'nin illüstrasyon açısından etkileyici sonuçlar elde ettiğini, ancak oluşturulan görsellerde tipografi hataları ve boyut problemleri olduğunu belirtmiştir. Buna rağmen, bu görsellerin tasarımın ilk eskiz aşaması olarak değerlendirilebileceğini ifade etmiştir. Katılımcı, aynı istemleri tekrar tekrar deneyerek daha tutarlı ve isteme uygun sonuçlar aldığını, özellikle illüstrasyonların başarılı olduğunu ve bu sürecin zaman yönetimi ve fikir geliştirme konusunda yardımcı olabileceğini belirtmiştir.



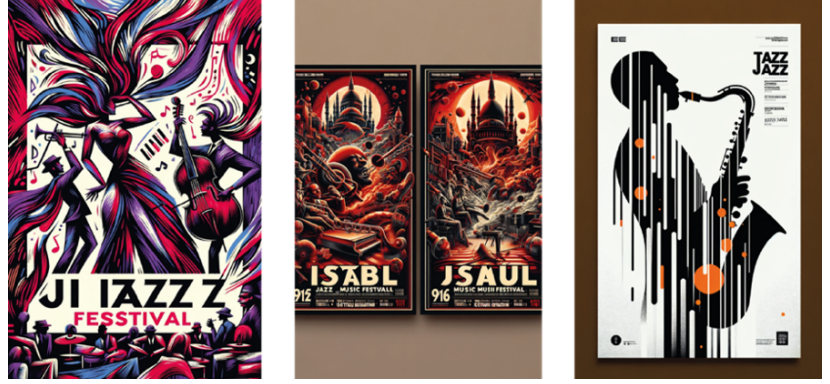
Şekil 16: Katılımcı A'nın vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant A's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

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

beyaz bir arka plana yerleştirilerek temiz ve görsel olarak çarpıcı bir tasarım sağlanmalıdır.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 16).

Katılımcı B, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; illüstratif kompozisyonları oluşturması açısından iyi olduğunu ancak nihai afiş tasarımının elde edilmesi için tasarımcı müdahalesinin gerekli olduğunu belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin tipografi ile görseli etkin bir şekilde bütünleştiremediğini ve bu alanın geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. İstanbul ve caz temalı illüstrasyonlarda etkileyici bir uyum sağlandığını belirtmiş, fakat oluşturulan görsellerin tamamlanmış bir afiş olarak değerlendirilemeyeceğini, bunların daha çok ön taslak ve fikir geliştirme aşamasında kullanılabileceğini ifade etmiştir.

Şekil 17: Katılımcı B'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant B's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Create a poster for the Jazz Festival with a modernist aesthetic that incorporates elements of negative space. The primary visual should be a stylized saxophone abstracted into vertical stripes, merging seamlessly into the silhouette of a jazz musician. Accentuate this monochromatic design with splashes of vibrant orange to suggest movement and energy. Place the festival's name, 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL,' at the top in a clean, sans-serif font.” (Caz Festivali için negatif alan unsurlarını içeren modernist bir estetiğe sahip bir poster oluştur. Ana görsel, bir caz müzisyeninin silüetiyle sorunsuz bir şekilde birleşen, dikey şeritler halinde soyutlanmış stilize bir saksafon olmalı. Bu monokromatik tasarımı, hareket ve enerji çağrıştırmaları için canlı turuncu sıçramalarla vurgula. Festivalin adı olan 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ'ni temiz, sans-serif bir yazı tipiyle en üste yerleştir. Sondaki 3. görsel için yazılan istem (Şekil 17).

Katılımcı C, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; Dall-e'nin yazılan istemlere uygun olarak kompozisyon ve renk açısından etkili tasarımlar ürettiğini belirtmiş, ancak tipografik bozulmalar ve anlamsız metin

eklemeleri yüzünden Dall-e'nin tam olarak bitmiş bir afiş sunamadığını ifade etmiştir.



Şekil 18: Katılımcı C'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant C's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a poster for the Istanbul Jazz Festival. The poster should depict people playing jazz instruments with the Bosphorus and the sunset visible in the background. The text 'ISTANBUL JAZZ FESTIVAL' should be written in lively handwriting to capture the dynamic spirit of the festival, and colors reflecting the spirit of jazz music should be used. Poster size should be 9:16. The created composition should be balanced according to the size of the poster.” (İstanbul Caz Festivali için bir poster tasarla. Afişte, arka planda Boğaz ve gün batımı görünürken caz enstrümanları çalan insanlar tasvir edilmelidir. Festivalin dinamik ruhunu yakalamak için 'İSTANBUL CAZ FESTİVALİ' metni canlı bir el yazısıyla yazılmalı ve caz müziğinin ruhunu yansıtan renkler kullanılmalıdır. Afiş boyutu 9:16 olmalıdır. Oluşturulan kompozisyon afiş boyutuna göre dengeli olmalıdır.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 18).

Katılımcı D, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; Dall-e'nin oluşturduğu görsellerin tam anlamıyla afişleşmiş görseller olmasa da, verilen istemlere uygun yaratıcı işler sunduğunu ve bu işlerin tasarım sürecinde yeni fikirlerin geliştirilmesine yardımcı olabileceğini ifade etmiştir. Dall-e'nin tipografi unsurlarını kullanmada zorlandığını ve okunurluk sorunları yaşandığını belirtmiş, ancak renk kullanımı ve illüstratif yönlerde başarılı olduğunu vurgulamıştır. Katılımcı, özellikle son istemde daha soyut bir tasarım talep ettiğinde Dall-e'nin bu isteğe daha uygun, tipografik olarak daha iyi ve genel olarak afişe daha yakın sonuçlar ürettiğini, bunun da doğru anahtar kelimelerin istemde kullanılmasının etkisiyle ilgili olabileceğini belirtmiştir.

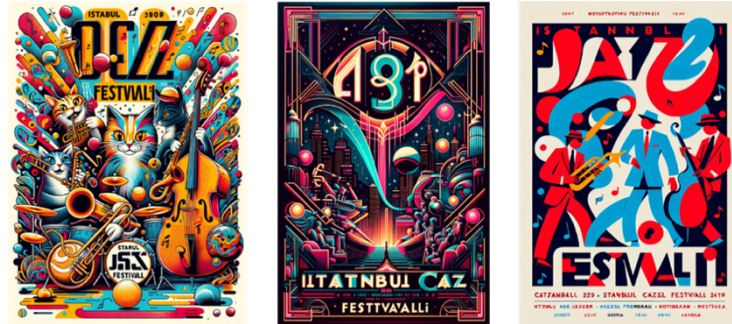
Şekil 19: Katılımcı D'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant D's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“Design a 9:16 poster highlighting jazz music festival with rhythmical graphic composition. The festival’s name “İstanbul Caz Festivali”, should be prominently displayed and legible. Include the festival dates, “1-7 Temmuz 2023” as informative text on the poster. Use vibrant colors and geometric shapes for visualize jazz music. Keep the style abstract and futuristic.” (Caz müzik festivalini ritmik bir grafik kompozisyonla vurgulayan 9:16 boyutunda bir poster tasarla. Festivalin adı "İstanbul Caz Festivali", belirgin ve okunaklı bir şekilde gösterilmelidir. Festival tarihleri olan "1-7 Temmuz 2023" afişte bilgilendirici metin olarak yer almalıdır. Caz müziğini görselleştirmek için canlı renkler ve geometrik şekiller kullan. Stili soyut ve fütüristik tut.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (Şekil 19).

Katılımcı E, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; elde edilen sonuçların potansiyel taşıdığını ve illüstrasyon ile renk kullanımının etkili olduğunu belirtmiştir. Katılımcı, istemlerde belirtilen kavramlara uygun sonuçlar aldığını ancak Dall-e'nin ürettiği işlerin kendi hayal ettiğiyle tam olarak örtüşmediğini, daha detaylı istemlerle beklenen sonuçlara yaklaşılabileceğini ifade etmiştir. Dall-e'nin tekrarlı üretimlerde iyi düzenlemeler sunduğunu ve tasarımcılar için yararlı eskizler oluşturduğunu vurgulamış, fakat tipografide ve okunurlukta sorunlar olduğunu ve bu yüzden nihai sonuç için tasarımcı müdahalesinin gerektiğini belirtmiştir

Şekil 20: Katılımcı E'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant E's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



“9:16 Poster for the jazz music festival, and jazz musicians, in the style of playful illustrative style, light navy and red, malika favre style, colorful composition, classic composition, colorful figures with bold title “Istanbul Caz Festivali.” (9:16 boyutunda, Caz müzik festivali ve caz müzisyenleri için afiş, eğlenceli illüstratif tarzda, açık lacivert ve kırmızı, Malika Favre tarzı, renkli ve klasik kompozisyon, renkli figürler ile ‘İstanbul Caz Festivali’ başlığını kalın bir şekilde oluştur.) Sondaki 3. görsel için yazılan istem (Şekil 20).

Katılımcı F, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; görsellerin ilgi çekici ancak orijinal çalışmalar olarak kabul edilemeyecek nitelikte olduğunu belirtmiştir. Katılımcıya göre, Dall-e, yazılan istemlerde belirtilen tarzları ayrı ayrı işleyerek bir bütünlük sağlayamamış, ancak illüstrasyon ve renk kullanımı açısından olumlu sonuçlar sunmuştur. Ayrıca, Dall-e'nin ürettiği tasarımların yurt dışında yaygın olan afiş tarzlarına benzediğini, Türkiye'de ise bu tarzın daha nadir olduğunu ifade etmiştir. Genel olarak, Katılımcı, Dall-e'nin afiş tasarımında tipografik hatalar yaptığını ve oluşturulan görsellerin bir eskiz aşaması olarak kullanılmasının uygun olduğunu, nihai tasarıma ulaşmak için tasarımcı müdahalesinin gerektiğini vurgulamıştır.



Şekil 21: Katılımcı F'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant F's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).

“Design a funky vertical (ratio 9:16) poster for Istanbul Jazz Festival. The key colors are blue, white and beige. Use catchy, vibrant patterns that resembles Istanbul. Typographic style will be vibrant and funky. Take Milton Glaser posters as references.” (İstanbul Caz Festivali için eğlenceli bir dikey (9:16 oranında) poster tasarla. Ana renkler mavi, beyaz ve bej olsun. İstanbul'u andıran akılda kalıcı, canlı desenler kullan. Tipografik stili canlı ve neşeli olsun. Milton Glaser posterlerini referans al.) Baştaki 1. görsel için yazılan istem (Şekil 21).

Katılımcı G, Dall-e ile oluşturduğu afiş tasarımları için; oluşturulan görsellerin yaratıcı ve illüstrasyon yönünden başarılı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin, Türkiye'de pek yaygın olmayan ancak yurtdışında popüler olan tarzları kullanarak afişler oluşturduğunu belirtmiş, tipografi ve okunurluk konusunda sorunlar olduğunu ve bu görsellerin bir tasarımcı tarafından geliştirilerek kullanılabileceğini vurgulamıştır. İllüstrasyon, renk kullanımı ve yerleşim düzeni (layout) açısından Dall-e'nin verimli işler sunduğunu ifade etmiş, son denemede ise Dall-e'nin dergi kapaklarına daha uygun tasarımlar ürettiğini ve tasarımcı müdahalesi ile afiş formatına dönüştürülebileceğini belirtmiştir. Katılımcı, Dall-e'nin afiş tasarımlarının genel olarak yaygın üretimler olduğunu ve tasarımcılar için bu görsellerin ilham kaynağı olabileceğini ifade etmiştir.

Şekil 22: Katılımcı G'nin vaka çalışmaları sırasında Dall-e yapay zekâ aracı kullanarak oluşturduğu afiş tasarımları. (Participant G's poster designs created by using Dall-e artificial intelligence tool during the case studies.) (Şekerli, 2024).



"Design a 9:16 poster for a jazz festival called "Istanbul Caz Festivali". The name must be highlighted and legible at the first place. The feeling of the poster must be dynamic and rhythmic. Use a big silhouette of an instrument which plays a significant role in jazz. And fill this silhouette with different other illustrated instruments in white. Keep the colour palette of the poster in vibrant colours." ("Istanbul Caz Festivali" adlı bir caz festivali için 9:16 boyutunda bir afiş tasarla. İsim ilk etapta vurgulanmalı ve dikkat çekici olmalıdır. Afişin duygusu dinamik ve ritmik olmalıdır. Cazda önemli rol oynayan bir enstrümanın büyük bir silüetini kullan. Ve bu silüeti beyaz renkte farklı enstrüman resimleriyle oluştur. Posterin renk paleti için canlı renkler kullan.) Ortadaki 2. görsel için yazılan istem (Şekil 22).

Katılımcılar Dall-e'nin oluşturduğu afiş tasarımlarında illüstratif yaklaşımın başarılı olduğunu, ancak tipografik unsurların kullanımı ve istenilen afiş boyutu konusunda zaman zaman istemlerde belirtilen bilgiler dışında çıktılar ürettiğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar, Dall-

e'nin renk ve kompozisyon konusunda etkileyici sonuçlar sunduğunu, ancak tipografi ve detaylar konusunda geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, Dall-e'nin istemleri doğru algılanması ve daha etkili sonuçlar üretme konusunda gelişme potansiyelinin olduğu belirtilmiştir. Tasarımcılar, Dall-e'nin afiş tasarımında fikir oluşturma ve eskiz aşamasında kullanışlı olabileceğini, ancak bitmiş bir tasarım için yeterli olmadığını vurgulamış, nihai tasarım için insan tasarımcı müdahalesinin mutlaka olması gerektiğini belirtmişlerdir.

2.3 Bulgular (Findings)

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerden sonra her bir görüşmenin yazılı dökümü çıkartılmıştır. Daha sonra, yazılı dökümlerden elde edilen verilerin açık kodlamaları yapılmış ve ardından aksiyel kodlar (tema alt başlıklarını kategorileştirme, sınıflandırma) oluşturulmuştur. Bu kodlamalar ile birlikte eş zamanlı olarak seçici kodlamalar yapılmış ve temalara ulaşılmıştır. Bu kapsamda öncelikle kod sistemindeki 3 tema (**Tablo 1, sayfa 26-27**) belirlenmiş daha sonra bu temalar ile ilişkili kategoriler oluşturulmuş ve kod sistemi üzerinde çalışma yapılarak son hali verilmiştir.

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

Tablo 1: Vaka çalışmaları sonucu oluşturulan genel kod sistemi (General code system created as a result of case studies.) (Şekerli, 2024).

Yapay Zekâ Teknolojisinin (Dall-e) Olumlu ve Olumsuz Etkileri	Verimlilik	1.1 Zaman Tasarrufu ve Hız 1.2 Üretkenlik Değerlendirmesi 1.3 Spesifik Bir Ön Araştırma Aracı Olarak Kullanımı
	Teknolojik Zorluklar ve Sınırlılıklar	2.1 Algılama ve Yorumlama Yetenekleri 2.2 Başlangıç Seviyesinde İş üretimi 2.3 Teknolojik Gelişim ve Adaptasyon 2.4 Yapay Zekâ Araçlarının Kullanımı 2.5 Sürekli Öğrenme
	Etik ve Yaratıcılık Üzerine Etkiler	3.1 Tasarım Süreçlerindeki Özgünlük 3.2 Yaratıcılığın Sınırlanması
Tasarımcının Rolü ve Perspektifi	Tasarımcıların Yapay Zekâya Yaklaşımı	1.1 Bakış Açılı ve Algılar 1.2 Teknolojiye Adaptasyon ve Benimseme
	Mesleki Değişim ve Gelişim	2.1 Mesleki Rollerde Evrim 2.2 Teknolojik Değişimlere Uyum 2.3 Teknolojinin Eğitim Süreçlerine Entegrasyonu

Birinci tema olan “Tasarım Sürecinde Yapay Zekâ (Dall-e) ve Tasarımcı Etkileşimi” kapsamında YZ’nın tasarım süreçlerine olan etkisi ile istem yazımının elde edilen çıktılar üzerindeki etkisi, eskiz, konsept geliştirme ve süreç optimizasyonuna olan katkıları ve insan müdahalesinin bu bağlamdaki kritik rolü üzerinde durulmuştur.

- Tasarımcılar oluşturdukları istemlerin, elde ettikleri çıktıların sonucuna göre dikkatlice incelenip yeniden düzenlenmesinin, istenilen sonuca ulaşmak için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle, istemlerin gözden geçirilip revize edilmesinin, yapay zekânın ürettiği sonuçların kalitesini artırabileceği sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda bir tasarımcının etkili bir şekilde istem oluşturabilmesi için mesleki terminolojiye de hâkim olması gerektiği ifade edilmiştir.

- Katılımcılar, tasarımcıların alıştıkları tasarlama süreçlerinden farklı olarak yazınsal becerilerinin de geliştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Tasarımcılara çalışma sürecinde en çok hangi istemi yazarken zorlandıkları sorulmuş ve 4 katılımcı logo, 1 katılımcı afiş briefi için istem oluştururken zorlandıklarını belirtmiş, diğer 2 katılımcı bu soruya daha genel bir cevap vererek brief bazında bir zorluk belirtmemiş, istem yazma sürecinde pratikliğe ve Dall-e'nin genel olarak neyi anlayıp neyi anlayamayacağını düşünerek istemlerini oluşturmaya çalıştıklarını ve bu süreçte biraz zorlandıklarını ifade etmişlerdir.
- Katılımcılar, Dall-e gibi YZ araçlarının fikir geliştirme ve eskiz aşamalarında tasarımcılar için oldukça faydalı birer araç olabileceğini, bu teknolojilerin tasarım süreçlerinde hız ve verimliliği artırıp, yeni fikirlerin oluşumunu destekleyerek iyi bir ilham kaynağı olabileceğini ifade etmişlerdir.
- Katılımcılar, Dall-e gibi YZ araçlarının kullanılması durumunda, insan tasarımcının YZ araçlarının ürettiği görselleri yönetmesi ve estetik açıdan dengeli bir tasarım oluşturulması için müdahale etmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu araçlar tarafından yapılan tasarımların kişiselleştirilmesi ve estetik dengeleri göz önünde bulundurulması, sonuçların profesyonel ve kullanışlı olması açısından önemli olduğu, bu nedenle bu sürecin mutlaka bir tasarımcı tarafından yönetilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu durum, YZ'nin şimdilik sadece bir araç olduğunu, insan dokunuşunun ve yaratıcılığının tasarım süreçlerinde hala önemli olduğunu göstermektedir.

İkinci tema olan “Yapay Zekâ Teknolojisinin (Dall-e) Grafik Tasarım Alanına Olumlu ve Olumsuz Etkileri” kapsamında YZ uygulamalarının tasarım süreçlerindeki verimliliği ve bu teknolojinin tasarım öncesi bir araştırma aracı olarak kullanımı ile teknolojik adaptasyon süreçlerinin yanı sıra etik ve yaratıcılık üzerindeki etkileri ele alınmıştır.

- Katılımcılar, çalışmalar sırasında deneyimledikleri Dall-e YZ aracının tasarım süreçlerinde hızlı üretim gerçekleştirmesinin, tasarımcılara büyük zaman tasarrufu sağlayabileceği ve üretkenliği artırabileceği konusunda oldukça faydalı

bulmuşlardır. Ayrıca tasarım süreçlerinin başlangıç aşamasında spesifik bir ön araştırma aracı olarak da kullanılabileceği düşünülmüştür. Bununla birlikte, katılımcılar bu araçların özellikle Dall-e'nin, tasarım süreçlerindeki algılama ve yorumlama yeteneklerini ele alarak yazılan istemlerin bazen YZ aracı Dall-e tarafından tam olarak algılanmadığını ve zaman zaman kendi yorumunu ekleyerek beklenmedik sonuçlar ürettiği belirtmişlerdir. Özellikle istemlerde belirtilen tipografik kullanım taleplerinin çoğunlukla Dall-e tarafından yanlış algılandığını ve yanlış sonuçlar ürettiğini ifade etmişlerdir.

- Katılımcılar, Dall-e YZ aracının, etik ve yaratıcılık üzerine etkileri kapsamında, bu teknolojinin tasarımcıların yaratıcılığını kısıtlayabileceğini ve yönlendirebileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca oluşturulan görsellerin tam anlamıyla özgünlük açısından yeterli olamayacağını ve bu teknolojinin sadece tasarım süreçlerinde ilham alma ve eskiz aşamasında kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Üçüncü tema olan “Tasarımcının Rolü ve Perspektifi” kapsamında tasarımcıların bu teknolojiye yaklaşımları ve bu kapsamda mesleki değişim ve gelişimleri üzerine odaklanılmıştır.

- Çalışmalara katılan tasarımcılar, bu teknolojilerin genel olarak tasarım süreçlerinde etkili birer tasarım aracı olarak kullanılabileceğini ifade ederek, YZ araçlarının kullanımında öğrenme ve adaptasyonun önemli olduğunu ve bu teknolojilerin gelecekte tasarım süreçleri içerisinde daha fazla kullanılabileceğini belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan tasarımcılar, Dall-e gibi YZ uygulamalarının gelişimi ve grafik tasarım alanına entegrasyonu ile birlikte tasarımcıların tasarlama süreçlerinde fazla zaman harcadıkları gündelik işlere artık zaman ayırmak yerine daha yaratıcı alanlarda etkin olabileceklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, teknolojik değişimlere uyumun önemli olduğunu ve tasarımcıların bu teknolojilerden kopmadan kendilerini güncel tutmaları gerektiğini ifade ederek, eğitim sektöründe de bu teknolojilerin entegrasyonunun oldukça önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

3. TARTIŞMA ve SONUÇ (DISCUSSION AND CONCLUSION)

Çalışmada, YZ teknolojilerinin grafik tasarım alanına nasıl dahil olacağı, tasarım süreçlerine ve tasarımcılara etkileri incelenmiş; bu yeni teknolojik dönüşümün grafik tasarım alanında olası değişimleri ele alınmıştır. Araştırma sorularının yanıtlarına ulaşılarak, bulguların alanyazındaki çalışmaların sonuçları ile örtüştüğü gözlemlenmiştir.

(AS1) Dall-e gibi YZ tabanlı uygulamaların tasarım süreçleri ve tasarımcıların çalışma dinamikleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir sorusu kapsamında araştırmada elde edilen sonuçlar;

- Dall-e YZ aracının tasarım süreçlerine dahil edilmesinin, hızlı üretim gerçekleştirmesinden dolayı tasarımcılara büyük zaman tasarrufu sağlayabileceği ve üretkenliği artırabileceği düşünülmektedir. Kulkarni ve arkadaşlarının (2023), yaptığı çalışmada da bulgularının bu yönde olduğu görülmektedir. Tasarım süreçlerinde ilham alma ve eskiz aşamasında bu teknolojilerin kullanılması, bu süreçlere destek sağlama açısından olumlu bir şekilde değerlendirilmiştir. Yapılan başka bir araştırmada da YZ araçlarının bu yönde tasarım süreçlerine dahil edilmesi gerektiği bunun üretilen işlerin özgünlüğü ve kalitesi açısından önemli olduğu vurgulanmıştır (Mustafa, 2023).
- Dall-e YZ aracının tasarım süreçlerinde kullanımı, tasarımcıların yaratıcılığını kısıtlayabileceği ve yönlendirebileceği endişelerine neden olmuş ve bu bir olumsuzluk olarak düşünülmüştür.

(AS2) Tasarımcının tasarım sürecini başlatırken istem oluşturma pratiğinin sonuçta elde edilen tasarımın niteliğine olan etkileri nelerdir sorusu kapsamında araştırmada elde edilen sonuçlar;

- Dall-e yapay YZ aracı ile görsel çıktıların niteliğini belirgin bir şekilde etkilemek için, yazılan istemlerin detaylı ve net bir şekilde oluşturulmasının önemli olduğu sonucuna varılmıştır.
- Tasarımcıların etkili bir şekilde istem oluşturabilmesi için, mesleki terminolojiye hâkim olmalarının ve alıştıkları tasarlama süreçlerinden farklı olarak yazınsal becerilerinin de geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

(AS3) Tasarımcıların Dall-e uygulamasını kullanırken karşılaştıkları zorluklar, uygulamanın avantajları ve dezavantajları nelerdir sorusu kapsamında araştırmada elde edilen sonuçlar;

- Bu teknolojilerin, tasarımcılar için yeni bir spesifik ön araştırma aracı olarak kullanılabilmesi ve tasarımcıların üretkenliğini artırarak, yaratıcı süreçleri için daha fazla zaman oluşturabileceği durumu bir avantaj olarak görülmüştür. Aynı şekilde Li'nin (2020) ve Liu'nun yaptıkları çalışmaların sonucunda bu teknolojinin grafik tasarım süreçlerindeki kullanımının, yenilikçi ve etkileyici tasarımlar oluşturulmasına imkân tanıyarak tasarım süreçlerinde verimliliği artırabileceği yönündedir.
- Tasarımcıların bu teknolojik değişimlere uyum sağlaması gerektiği ve kendilerini sürekli güncel tutarak geliştirmelerinin önemli olduğu sonucuna varılmış bunun bir teknolojik adaptasyon zorluğu olabileceği düşünülmüştür. Hien (2023) ve Meron'un (2022) çalışmalarında da aynı şekilde YZ teknolojilerinin giderek artan etkilerine adapte olabilmek adına, tasarımcıların yaratıcılık, empati ve eleştirel düşünme gibi becerilerini geliştirmeleri gerektiği ve bu alanda meydana gelen yenilikleri sürekli izleyerek kendilerini güncel tutmalarının önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Gelecekteki araştırmaların YZ teknolojilerinin etik ve sürdürülebilir tasarım üzerindeki etkisini incelemesi, tasarım eğitimi programlarının bu teknolojilere nasıl daha etkin şekilde adapte olabileceğini araştırması ve tasarım süreçlerinde insan-yapay zekâ iş birliğinin optimizasyonuna odaklanması önerilmektedir. Bu çalışmaların, YZ'nin grafik tasarım endüstrisindeki rolünü daha iyi anlamamıza ve tasarım pratiğine entegrasyonunu geliştirmemize katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Teşekkür (Acknowledgement)

Çalışmalar sürecinde vaka çalışmalarına katılım sağlayan her bir katılımcıya teşekkür ederiz.

Çıkar Çatışması Beyanı (Conflict of Interest Statement)

Çalışmanın tüm yazarları bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Katkı Oranı (Author Contribution)

Makale, MSGSÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü'ne teslim edilmiş olup danışmanlığını Prof. Çetin Tüker'in yaptığı (makalenin ikinci yazarı) "Grafik Tasarım Pratiğinde Üretken Yapay Zekânın Etkinliği Üzerine Nitel Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir. İkinci yazar, makalenin bilimsel ve yazınsal sürecine yönlendirici ve denetleyici uzman olarak katkı vermiştir. Makaledeki deneysel çalışmalar, makalenin birinci yazarı tarafından uygulanmış, analiz edilmiş ve makale halinde yazılmıştır.

Referanslar (References)

- Baker, S. E., Edwards, R., & Doidge, M. (2012). How many qualitative interviews is enough: Expert voices and early career reflections on sampling and cases in qualitative research.
- Fatima, I. (2023). *Designing with AI*. Stockholm: User Experience and Interactive Media Technology Södertörns University.
- Franzen, C. (2023). *OpenAI Unveils DALL-E 3 with support for text and typography*. VentureBeat: <https://venturebeat.com/ai/openai-unveils-dall-e-3-with-support-for-text-and-typography/>
- Hashemieh, S. (2020). An exploration of the use of Artificial Intelligence in Graphic Design.
- Hien, N. (2023). Impact of Artificial Intelligence in design. *LAB University of Applied Sciences Bachelor of Business Administration, Business Information Technology* , 1-39.
- Jockims, T. L. (2022). *Why graphic designers think Generative A.I. Needs Them As Much As They Need It*. CNBC: <https://www.cnbc.com/2023/08/05/why-graphic-designers-think-gen-ai-needs-them-as-much-as-they-need-it.html>
- Kulkarni, C., Druga, S., Chang, M., Fiannaca, A., Cai, C., & Terry, M. (2023). A Word is worth a thousand pictures: Prompts as AI Design material. *Conference acronym 'XX*. Woodstock, NY.
- Li, Y. (2020). Innovation and design in the age of Artificial Intelligence. *Journal of Product Innovation Management* , 37(3).
- Liu, Y. (2023). Design of graphic design assistant system based on Artificial Intelligence. *International Journal of Information Technologies and Systems Approach*, 13.
- Luis, F. C. (2023). *Goan students redefine graphic design with AI technology*. Gomantak Times. <https://www.gomantaktimes.com/news/goa/goan-students-redefine-graphic-design-with-ai-technology>

- Macefield, R. (2009). How to specify the participant group size for usability studies: A practitioner's guide. *Journal of Usability Studies*, 5(1), 34–45.
- Malamin, B. (2022). Attitudes of graphic designers and copywriters in Bulgaria towards Artificial Intelligence. Printing-office of Prof. Marin Drinov Publishing House of Bulgarian Academy of Sciences.
- Meron, Y. (2022). *Graphic design and Artificial Intelligence: Interdisciplinary challenges for designers in the search for research collaboration*. Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/drs.2022.157>
- Mustafa, B. (2023). The impact of Artificial Intelligence on the graphic design industry. *Social Science Journal*, 1-13.
- Nielsen, J., & Landauer, T. K. (1993, May). A mathematical model of the finding of usability problems. In *Proceedings of the INTERACT'93 and CHI'93 Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 206-213).
- Şekerli, T., (2024). Grafik Tasarım Pratiğinde Üretken Yapay Zekânın Etkinliği Üzerine Nitel Bir Araştırma [Unpublished master's thesis]. Mimar Sinan Fine Arts University, Istanbul, Türkiye.
- Vergant, R., Vendraminelli, L., & Iansiti, M. (2020). Innovation and design in the age of Artificial Intelligence. *Journal of Product Innovation Management*, 37(3).

