

## GRAFİK TASARIMCININ DÖNEMSEL KİMLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### A STUDY ON THE PERIODICAL IDENTITIES OF THE GRAPHIC DESIGNER

Yasin AVCİ\*

DOI: 10.46641/medeniyetsanat.1791246

Research Article / Araştırma Makalesi

#### Öz

Grafik tasarım, görsel iletişim süreçlerinde estetik, işlevsellik ve yaratıcılığı bir araya getiren disiplinler arası bir meslek alanıdır. Reklamcılıktan kültürel üretime, kurumsal kimlikten dijital medyaya kadar geniş bir alanda etkin rol oynayan grafik tasarım, yalnızca teknik bir üretim süreci değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bağlamda kimlik inşa eden bir iletişim pratiği olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle grafik tasarımcının kimliği, tarihsel koşullara, teknolojik araçlara ve değişen toplumsal ihtiyaçlara bağlı olarak sürekli dönüşüm göstermektedir. Bu çalışma, grafik tasarımcının dönemsel kimliklerini tarihsel ve teknolojik dönüşümler bağlamında eleştirel bir bakış açısıyla incelemektedir. Araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş; ulusal ve uluslararası literatür taramasının yanı sıra söylem analizi yöntemi uygulanmıştır. Çalışmanın temel araştırma soruları şunlardır: Grafik tasarımcı kimliği tarihsel dönemlerde nasıl dönüşmüştür? Teknolojik yenilikler tasarımcının mesleki rolünü hangi açılardan etkilemiştir? Yapay zekâ çağında grafik tasarımcı kimliği hangi fırsat ve tehditlerle yeniden tanımlanmaktadır? Bu sorular hem mesleğin tarihsel sürekliliğini hem de kırılma noktalarını ortaya koymak açısından yönlendirici bir çerçeve sunmuştur. Bulgular üç temel eksen üzerinden değerlendirilmiştir. Geleneksel Yöntemler Döneminde Tasarımcı Kimliği, zanaatkar ve sanatçı arasında konumlanan, el becerisine ve manuel tekniklere dayalı bir yapıyı temsil etmiştir. Bilgisayar Teknolojileri Döneminde Tasarımcı Kimliği, dijital araçların sağladığı hız, çeşitlilik ve erişilebilirlik ile yeniden tanımlanmış; üretim pratikleri yazılım merkezli bir boyut kazanmıştır. Yapay Zekâ ve Gelecek Bağlamında Tasarımcı Kimliği ise insan-makine iş birliği çerçevesinde tartışılmakta; yaratıcılığın sınırları, mesleğin dönüşen rolleri ve etik sorunlar gündeme gelmektedir. Sonuç olarak, grafik tasarımcı kimliği durağan bir olgu değil, toplumsal, kültürel ve teknolojik koşullara bağlı olarak sürekli yeniden inşa edilen dinamik bir yapıdır. Bu bağlamda çalışma, grafik tasarım mesleğinin tarihsel evrimini anlamaya katkı sunmakta ve günümüzle geleceğe yönelik tartışmalar için teorik bir temel oluşturmaktadır..

**Anahtar Kelimeler:** *Grafik Tasarım, Grafik Tasarımcı, Tasarımcı Kimliği*

#### Abstract

Graphic design is an interdisciplinary profession that combines aesthetics, functionality, and creativity in visual communication processes. Playing an active role in a wide range of fields, from advertising and cultural production to corporate identity and digital media, graphic design is considered not only a technical production process but also a communication practice that constructs identity within a social and cultural context. Therefore, the identity of the graphic designer is constantly evolving depending on historical conditions, technological tools, and changing societal needs. This study critically examines the periodic identities of graphic designers within the context of historical and technological transformations. A qualitative approach was adopted in the research, employing discourse analysis alongside a review of national and international literature. The study's fundamental research questions are: How has the graphic designer identity evolved over time? In what ways have technological innovations impacted the designer's professional role? What opportunities and threats are redefining the graphic designer

\*Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü,  
yavci@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0589-6921

identity in the age of artificial intelligence? These questions provide a guiding framework for revealing both the profession's historical continuity and its breaking points. The findings are evaluated along three fundamental axes. During the Traditional Methods Era, designer identity represented a structure based on dexterity and manual techniques, positioned between craftsman and artist. In the Computer Technology Era, designer identity has been redefined by the speed, diversity, and accessibility provided by digital tools; production practices have taken on a software-centric dimension. Designer identity in the context of Artificial Intelligence and the Future is being discussed within the framework of human-machine collaboration, bringing to the fore the limits of creativity, the evolving roles of the profession, and ethical issues. Consequently, graphic designer identity is not a static phenomenon but a dynamic construct constantly being reconstructed in response to social, cultural, and technological conditions. In this context, this study contributes to understanding the historical evolution of the graphic design profession and provides a theoretical foundation for discussions regarding the present and future.

**Keywords:** *Graphic Design, Graphic Designer, Designer Identity*

## Giriş

Grafik tasarım, tarihsel süreç içerisinde yalnızca bir görsel iletişim aracı değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve teknolojik değişimlerin bir yansıma alanı olarak da önem kazanmıştır. Grafik tasarımcının kimliği, içinde bulunduğu dönemin ekonomik koşulları, estetik anlayışları, teknolojik imkânları ve toplumsal beklentileri doğrultusunda farklı biçimlerde şekillenmiştir. Geleneksel yöntemlerle el işçiliğine dayalı üretimden, bilgisayar teknolojilerinin sunduğu dijital imkânlara; günümüzde ise yapay zekâ destekli yaratıcı süreçlere kadar uzanan bu dönüşüm, grafik tasarımcının mesleki konumunu, toplumsal rolünü ve yaratıcılık anlayışını sürekli olarak yeniden tanımlamaktadır. Dolayısıyla grafik tasarımcı, her dönemde yalnızca üretim biçimlerini değil, aynı zamanda kendi mesleki kimliğini de yeniden inşa eden bir özne olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kimlik (identity) kavramı, kökenini Latince idem sözcüğünden almakta olup, bu kök “aynılık” ve “süreklilik” anlamlarını içermektedir. Türkçede ise “kim” soru kökünden türetilmiş olan kimlik terimi, zorunlu bir aidiyeti, tekilliği, benzerliği ve bireyin hangi kişi olduğunu ifade eden bir kavramsal çerçeveye işaret etmektedir (Aydoğdu, 2004, s. 117). Kimlik, varlığını sürdürebilmek için farklılığa ihtiyaç duyar; kesinliğini güvence altına almak için ise bu farklılığı çoğu zaman ötekilik olarak inşa eder (Connolly, 1995, s. 93).

Bauman (2001, s. 112).’a göre “kimlik”, bireyin belirsizlikten uzaklaşma ve istikrarlı bir aidiyet duygusu arayışının ifadesidir. Bu nedenle kimlik, yalnızca bireysel bir tanımlama değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bağlamda sürekli olarak yeniden üretilen bir olgudur. Kimlik, psikolojik açıdan bireyi diğerlerinden ayıran tutarlı ve yapılanmış göstergeler bütünü olarak tanımlanırken; sosyolojik açıdan ise toplumsal cinsiyet, sınıf ve sosyal konum gibi belirleyiciler üzerinden şekillenen bir olgu olarak değerlendirilir (Aşkın, 2007, s. 214). Sosyo-psikolojik açıdan bireyin kim olduğunu ve toplumsal ya da kişisel konumunu ortaya koyarak kendini tanımlama sürecidir (Guibernau, 1997, s. 127). Günümüzdeki anlamıyla ‘kimlik’ kavramı, psikolog Erik Erikson’un 1950’lerdeki çalışmalarıyla ortaya çıkmış; Erikson, kimliğin gelişimsel bir süreçte

şekillendiğini ve bu süreçte yaşanan deneyimlerin kimlik oluşumunda belirleyici olduğunu vurgulamıştır (Bilgin & Oksal, 2018, s. 84).

Bireyin kimlik inşası, sadece toplumsal ve psikolojik düzlemde değil, aynı zamanda tasarım gibi yaratıcı ifade alanlarında da görünür hale gelmektedir; bu noktada ‘tasarım’ kavramının ne olduğuna bakmak önem kazanmaktadır. Latince designare fiilinden türeyen ‘dizayn’ sözcüğü, günümüzde tasarlama, planlama ve biçimlendirme gibi farklı anlamlarıyla tanımlanması güç bir kavram haline gelmiştir. Buna rağmen, gündelik yaşamdan teorik tartışmalara kadar geniş bir kullanım alanına sahiptir (Kurtuluş, 1999, s. 113). Türk Dil Kurumu sözlüğünde ‘dizayn’, ‘tasarım/çizim’ olarak tanımlanmakta; bir sanat yapınının, yapının ya da endüstriyel ürünün ilk taslağı ile bir araştırma sürecinde izlenecek yol ve işlemleri belirleyen çerçeve olarak açıklanmaktadır (TDK, 1983, s. 1148). Herbert Simon, tasarımı ‘aynı anda hem geniş hem de dar bir kavram’ olarak tanımlamaktadır (Krippendorf, 2007, s. 70). Tasarım, günümüzde sık kullanılan ancak çoğu zaman tam olarak kavranamayan bir kavramdır. Sadece model, kalıp ya da süsleme yapmakla sınırlı değildir; arkasında planlama ve düzen barındırır. Bütün sanatların temelinde tasarım yer alır ve tasarlama süreci, ortaya çıkacak yapının organizasyonuna ilişkin tüm faaliyetleri kapsar (Becer, 2011, s. 32).

Kolko (2010, s. 4) ‘ya göre “tasarım, karmaşıklığı düzenlemenin ya da kaos içerisinde netlik bulmanın bir yoludur. Bu yaklaşım, tasarımın yalnızca estetik bir etkinlik değil, aynı zamanda anlam üretme ve problem çözme süreci olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla tasarım, bireyin kimlik ve düşünce dünyasını biçimlendiren güçlü bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tasarımın bu çok boyutlu yapısı, grafik tasarımı da içine alan geniş bir disiplinler arası alanın temelini oluşturmaktadır. Özellikle grafik tasarım, görsel iletişimi merkeze alarak tasarım kavramının en somut ve işlevsel örneklerinden birini sunmaktadır. Grafik’ terimi, köken olarak yazmak, çizmek, görüntülemek ve çoğaltmak anlamlarını içermektedir (Tepecik, 2002, s. 17).

Ülger (2020, s. 570).’e göre Sanatın görsel ifadesini toplumun geniş kesimlerine aktarabilen etkili alan, grafik sanatlarıdır. Grafik tasarım; kanaat, duygu, tartışma ve ortak bir anlayış yaratmak amacıyla çizim, renk, resim, font ya da fotoğraf gibi öğelerden yararlanır (Chermayeff & Geismar, 2007, s. 24). Grafik iletişimde sanatçı, bilgiyi görsel yüzeye aktarırken izleyicinin algısını harekete geçiren çözümler üretir. İzleyici, sanatçının süzgecinden geçmiş işlenmiş bilgiyle karşılaşır. Bu nedenle görseller yalnızca bilgi taşımaz, aynı zamanda o bilginin nasıl üretildiğine dair ipuçları verir ve bilgi alışverişini kolaylaştırır (Massironi, 2002, s. 215). Grafik tasarım, görsel iletişim sanatıdır ve temel işlevi bir mesaj iletmek ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmaktır. Terim, ilk kez 20. yüzyılın başlarında metal kalıplara oyularak yazılan, çizilen ve çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte yalnızca basılı materyaller değil; film, video ve bilgisayar aracılığıyla üretilen görseller de grafik tasarım kapsamına girmiştir (Becer, 2011, s. 33). Grafik tasarım, pek çok alanı kapsayan görsel bir sanat disiplinidir. Sanat yönetimi, tipografi ve sayfa düzeni gibi unsurları içeren bu çeşitlilik, tasarımcılara farklı uzmanlık alanları ve odak noktaları geliştirebilecekleri çok yönlü bir zemin sunmaktadır (Ambrose & Harris, 2012, s. 12). Tarihsel süreçte, grafik tasarım alanının kavramsal çerçevesi genişleyerek 1910’lardaki ticari sanat teriminden başlayıp, 1920’lerde grafik sanatlar 1930’larda grafik tasarım ve 1960’larda görsel iletişim tasarımı kavramına kadar uzanan çok boyutlu bir dönüşüm

geçirmiştir (Sarıkavak, 2025, s. 116). Grafik tasarım, bu yönleriyle salt estetik bir etkinlikten öte, düşüncelerin ve duyguların aktarımını sağlayan kapsamlı bir iletişim aracı haline gelmektedir. Dolayısıyla bu yaratıcı süreci üstlenen grafik tasarımcının rolünü ve konumunu ele almak gerekli görünmektedir. Grafik tasarımcının kim olduğu ve bu süreçte üstlendiği işlevler, disiplinin anlaşılması açısından kritik bir noktayı oluşturmaktadır.

Grafik tasarımcı, görsel unsurları düzenlemekle sınırlı kalmaz; mesajın anlamını kurar, onu toplumsal bağlama yerleştirir ve estetik değerleri iletişim sürecine katar. Kimliği, sanat ile iletişim arasındaki köprüde şekillenirken dönemin kültürel dinamikleri, teknolojik olanakları ve toplumsal ihtiyaçları tarafından sürekli olarak yeniden belirlenir. Böylece grafik tasarımcı, yalnızca tasarım üreten bir kişi değil; düşünceyi görünür kılan, algıyı yönlendiren ve çağın görsel hafızasını inşa eden bir özne konumuna gelmektedir.

Tuzcu (2017, s. 1665) 'ya göre, hangi sektörde olursa olsun her işletmenin hedef kitlesine iletmek istediği bir mesajı vardır. Bu mesajın en kısa sürede, en düşük maliyetle ve en etkili biçimde ulaştırılabilmesi için reklam ajanslarına ve özellikle grafik tasarımcılara büyük sorumluluk düşmektedir. Bir iletişim çalışmasında mesajın görselleştirilmesinden sorumlu olan grafik tasarımcı, hedef kitlenin dikkatini çekecek çözümler üretmeli ve mesajı en doğrudan biçimde hayata geçirebilmelidir.

Becer (2011, s. 35) grafik tasarımcı için; tasarım eğitimi sürekli yenilenmeyi gerektiren yaşam boyu bir süreçtir, grafik tasarımda başarı; ilkelere hâkimiyet, esnek bir zekâ ve yenilikçi bir yaklaşım gerektirir. Tasarımcı, güvenilir ve kişisel bir üslup geliştirirken, aynı zamanda müşteri ve pazarın ihtiyaçlarına uygun mesajları iletmeye sorumluluğunu üstlenir derken, Yıldırım Ceviz (2022, s. 6)'e göre sanat ve tasarım ekseninde çalışmak, tasarımcıyı doğrudan çözüm üretmekten çok problem tespitine yönlendirir. Bu yaklaşım, geleneksel grafik tasarımcı tanımını farklı bir yöne taşır ve tasarımcıları deneysel, araştırmaya dayalı uygulamalara teşvik ettiğini ifade eder.

Grafik tasarımcının konumunu tartışırken, onun yalnızca teknik beceriler ya da estetik kaygılarla tanımlanamayacağı açıktır. Tasarımcı, çağın getirdiği sorunları fark eden, bu sorunları yeniden tanımlayan ve çözüm yollarını sorgulayan bir aktör olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla grafik tasarımcının kimliği, üretim sürecinin ötesine geçerek düşünsel bir yönelim ve eleştirel bir tavır da içermektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, farklı dönemlerde grafik tasarımcıya yüklenen rolleri inceleyerek kimliğin hangi tarihsel ve kültürel koşullarda yeniden biçimlendiğini ortaya koymaktır. Bu noktada grafik tasarımcının kimliğine dair yapılacak her tartışma, aynı zamanda grafik tasarım tarihinin doğru okunması gerektiğini de göstermektedir. Tarihsel gelişim süreci göz ardı edildiğinde, tasarımcıya yüklenen roller eksik ya da yüzeysel kalacak; dolayısıyla kimlik dönüşümlerinin anlaşılması da mümkün olmayacaktır.

Bu bölümde kimlik, tasarım, grafik tasarım, grafik tasarımcı ve tasarımcı kimliği kavramlarının tanımlanması, çalışmanın kuramsal temelini oluşturmaktadır. Bu kavramların açıklığa kavuşturulması, araştırmanın ilerleyen bölümlerinde yapılacak tartışmaların daha açık, tutarlı ve bütünlüklü bir biçimde yürütülmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Böylelikle grafik tasarımcının dönemsel kimliklerine ilişkin inceleme, sağlam bir terminolojiye dayalı ve net bir kavramsal çerçeve üzerinden temellendirilmektedir.

## Amaç ve Yöntem

Bu araştırmanın temel amacı, grafik tasarımcının dönemsel kimliklerini ortaya koymak ve bu kimliklerin tarihsel, kültürel, toplumsal ve teknolojik dönüşümlerle nasıl şekillendiğini derinlemesine incelemektir. Grafik tasarımcı yalnızca estetik kaygılar doğrultusunda üretim yapan bir uygulayıcı değil; aynı zamanda dönemin kültürel dinamiklerini algılayan, teknolojik yenilikleri pratiğine entegre eden ve toplumsal beklentilere yanıt veren bir özne olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda çalışma, geleneksel yöntemlerin hâkim olduğu dönemde el işçiliğine dayalı üretim pratiklerinden, bilgisayar teknolojilerinin tasarım süreçlerine girdiği dijitalleşme sürecine ve günümüzde yapay zekâ destekli üretim biçimlerinin mesleki pratiği dönüştürdüğü çağımıza kadar uzanan geniş bir perspektifte grafik tasarımcı kimliğinin dönüşümünü incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın bu amaca ulaşmak için yanıt aradığı temel sorular şunlardır: Grafik tasarımcı kimliği tarihsel süreçte hangi dönüm noktalarında farklılaşmıştır? Geleneksel yöntemler döneminde tasarımcıya yüklenen roller ve sorumluluklar nelerdir? Bilgisayar teknolojilerinin tasarım süreçlerine dâhil olması, grafik tasarımcı kimliğini nasıl dönüştürmüştür? Yapay zekâ çağında grafik tasarımcı kimliği hangi yeni boyutlarla şekillenmektedir? Grafik tasarımcı kimliğinin geçirdiği dönüşümler, mesleğin toplumsal rolü ve algısı üzerinde ne tür etkiler yaratmaktadır?

Araştırmanın hedefi, grafik tasarımcı kimliğinin yalnızca mesleki üretim bağlamında değil, aynı zamanda düşünsel, kültürel ve toplumsal boyutlarıyla da ele alınmasıdır. Böylelikle çalışmanın, hem grafik tasarım tarihine katkı sunması hem de günümüz koşullarında grafik tasarımcının değişen rolüne ilişkin geleceğe dönük bir perspektif geliştirmesi hedeflenmektedir.

Araştırmanın sınırlılıkları da dikkate alınmalıdır. Çalışma, grafik tasarımcı kimliğini üç temel dönem üzerinden ele almaktadır: geleneksel yöntemler dönemi, bilgisayar teknolojileri dönemi ve yapay zekâ bağlamı. Dolayısıyla araştırmanın kapsamı, bu üç döneme odaklanan karşılaştırmalı analizlerle sınırlandırılmıştır. Ayrıca çalışmanın birincil verileri söylem analizi yöntemiyle literatür taraması ve kavramsal inceleme üzerinden elde edilecektir. Bu nedenle bireysel tasarımcı biyografileri, kişisel deneyimler ya da pratik odaklı çalışmalar kapsam dışında bırakılmıştır.

Bu araştırma, nitel bir yaklaşım çerçevesinde yürütülmüş olup yöntem olarak söylem analizi benimsenmiştir. Söylem analizi, belirli bir olgunun farklı tarihsel ve kültürel bağlamlarda hangi kavramlar ve anlam çerçeveleri üzerinden tanımlandığını incelemeye olanak tanıyan bir yöntemdir. Söylem analizi, metodolojik çerçevede genel ve kuramsal yaklaşımların ötesine geçerek, niceliksel çözümlerden ayrılan; anlam, bağlam ve temsil ilişkilerini merkeze alan ayrıntılı bir nitel araştırma yaklaşımını gerekli kılar (Wood & Kroger, 2000). Bu kapsamda grafik tasarımcı kimliği, farklı dönemlerde üretilen akademik ve mesleki söylemler üzerinden ele alınmıştır. Araştırmanın veri setini, grafik tasarım tarihi, tasarım kuramı ve görsel iletişim alanında yayımlanmış ulusal ve uluslararası akademik kitaplar, makaleler ve mesleki yayınlar oluşturmaktadır. Kaynaklar, grafik tasarımcı kimliğini doğrudan ya da dolaylı biçimde ele alan ve dönemsel dönüşümlere işaret eden çalışmalar arasından amaçlı örnekleme yöntemiyle

seçilmiştir. Analiz sürecinde grafik tasarımcı kimliğine ilişkin kavramsal tanımlar belirlenmiş; bu tanımlar geleneksel yöntemler dönemi, bilgisayar teknolojileri dönemi ve yapay zekâ bağlamı olmak üzere üç tarihsel eksen altında sınıflandırılarak dönemler arası benzerlikler ve farklılıklar yorumlayıcı bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde elde edilen bulgular, her bir tarihsel dönemin kendi bağlamı içinde daha açık biçimde değerlendirilebilmesi amacıyla dönemlere ayrılmış tablolar aracılığıyla sunulmuştur.

## 1. Geleneksel Yöntemler Döneminde Grafik Tasarımcı Kimliği

İnsanın temel ihtiyaçlarını karşılamak ve gündelik eylemleri kolaylaştırmak amacıyla ortaya çıkan tasarım, tarihsel süreç içerisinde giderek karmaşıklaşmıştır. Bu karmaşıklık ise beraberinde getirdiği sorunlarla birlikte, tasarımı bilimsel bir disipline dönüştüren süreci başlatmıştır. (Özderin, 2019, s. 518). 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başındaki hızlı teknolojik ilerlemeler ile savaşların yol açtığı yıkımlar, sanat ve düşünce dünyasında yeni estetik arayışların doğmasına zemin hazırlamıştır (Lynton, 1982, s. 10). Bu dönemde sanatın toplumsal işlevi yoğun tartışmalara açılmış, siyasal dönüşümlerle birlikte geleneksel kalıplar kırılmış ve modern sanat anlayışı yeni bir estetik arayış olarak öne çıkmaya başlamıştır (Bulat, Bulat, & Aydın, 2014, s. 106).

Grafik tasarım tarihi, insanın düşünce ve duygularını görsel yollarla aktarmaya başladığı tarih öncesi dönemlere kadar uzanır. Ancak grafik tasarımın modern bir disiplin olarak kabulü 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında gerçekleşmiştir. Bu süreçte Sanayi Devrimi, özellikle matbaa ve üretim teknolojilerinde yarattığı ilerlemelerle grafik tasarımın gelişimini hızlandıran temel unsurlardan biri olmuştur (Sönmez, 2024, s. 38). Bu gelişmeler, grafik tasarımın yalnızca estetik kaygılarla sınırlı kalmayıp, toplumsal iletişim ve kültürel aktarım aracı haline gelmesine de zemin hazırlamaktadır. Böylelikle grafik tasarım, sanatsal üretim ile endüstriyel üretim arasında köprü kuran modern bir disiplin olarak farklı boyutlar kazanmaktadır.

Grafik tasarımın tarihsel gelişim süreci, alanın günümüzde ulaştığı çeşitlilik ve karmaşıklığı anlamak açısından önemli bir çerçeve sunar. Semboller ve yazının biçimlendirilmesiyle başlayan bu serüven, antik uygarlıkların taş kabartmalarından el yazmalarına kadar uzanmıştır. Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği matbaa ve basım teknolojilerindeki ilerlemeler, kitap tasarımı ve reklamcılığa yeni boyut kazandırmıştır. 20. yüzyıl başlarında modernist hareketin etkisiyle işlevsellik ve sadelik tasarım anlayışının merkezine yerleşmiş; devamında minimalizm, maksimalizm, yapıbozumculuk ve postmodernizm gibi farklı akımlar grafik tasarımı yönlendirmiştir. Bununla birlikte, sanat akımları ve toplumsal eğilimler çoğu zaman kendinden önceki yaklaşımlara karşı bir direnç biçiminde gelişmiştir (Tanrıku, 2023, s. 34). Bu tarihsel süreç, grafik tasarımın toplumların kültürel dönüşümleriyle paralel bir gelişim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Böylece grafik tasarım, her dönemde farklı estetik ve düşünsel yaklaşımları bünyesinde barındırarak kendi dönemini ileriye taşımaktadır.

Resim sanatının farklı bir doğrultuda gelişmesi, grafik sanatının da kendi üslubunu oluşturarak afiş, katalog ve poster gibi ürünleri öne çıkarmasına zemin hazırlamıştır. İlk grafik tasarım örneklerinde gravür baskılarının yer alması ise bu çalışmaların başlangıçta grafik tasarımcılardan

çok ressamlar tarafından üretildiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Avcı & Üstün, 2022, s. 55).

Grafik tasarım, kökenini matbaacılık ve yayıncılık endüstrisinden almakta olup, terim olarak ilk kez 1950'li yıllarda kullanılmaya başlanmıştır (Ambrose & Harris, 2012, s. 12). İnsan, tarih öncesinden itibaren iletişime düzen kazandırmak için görsel anlatım yolları geliştirmiş, mağara resimleri ve hiyeroglifler bunun ilk örneklerini oluşturmuştur. Zamanla resimsel öğelerin soyutlaşıp sembollere dönüşmesiyle yazı özgün bir iletişim aracına dönüşmüştür. Grafik tasarım ise yazı ve resmi bir arada kullanarak yeni bir ifade biçimi ortaya koymuş, 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başındaki sanat hareketleriyle modern anlamda bir disiplin haline gelmiştir. Endüstri Devrimi, el sanatlarını toplumsal rolünden uzaklaştırarak insanın maddi ve manevi yaşamı arasında bir ayrışma yaratmıştır. Bu dönemden itibaren grafik tasarım da iletişim medyalarının etkisiyle her geçen gün daha fazla insanın yaşamında yer almaya başlamıştır (Bektaş, 1992, s. 9).

Bu tarihsel arka plan, grafik tasarımın yalnızca teknik bir üretim alanı değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dönüşümleri yansıtan bir iletişim biçimi olduğunu göstermektedir. 19. yüzyılın sonlarından itibaren Arts and Crafts, Art Nouveau, Bauhaus ve De Stijl gibi sanat hareketleri, grafik tasarımın estetik ve işlevsel boyutlarını yeniden tanımlamış, tasarımcı kimliğini zanaatkâr kökenlerinden çıkararak modern dünyanın ihtiyaçlarına yanıt veren profesyonel bir kimliğe dönüştürmenin ilk adımlarını atmaktadır. Böylece grafik tasarım, geleneksel yöntemlerden modernist yaklaşımlara geçişin temel temsilcilerinden biri haline gelmektedir.

Grafik tasarımın geleneksel yöntemler döneminde tasarımcı kimliği, dönemin sosyal, kültürel ve teknolojik dönüşümlerine bağlı olarak biçimlenmiştir. Arts and Crafts hareketi, tasarımcı kimliğinin ilk kez modern anlamda sorgulandığı bir aşamayı temsil etmektedir. William Morris ve John Ruskin'in öncülüğünde ortaya çıkan bu hareket, sanayileşmenin getirdiği seri üretime ve estetik kaygılardan yoksun işlevsel ürünlere tepki göstermiştir. Ruskin'e göre teknoloji ve endüstrileşme, sanatı toplumdaki koparmış ve tasarımı estetikten yoksun mühendislik faaliyetlerine indirgemıştır. Bu nedenle Orta Çağ Gotik katedrallerindeki zarif süsleme anlayışının yeniden canlandırılmasını, doğaya ve bireye yönelişi bir çözüm olarak önermiştir (Becer, 2011, s. 99). Burada tasarımcı kimliği, yalnızca bir üretici değil, aynı zamanda toplumun kültürel değerlerini koruyan, doğaya ve insana yönelen bir aktör olarak konumlanmıştır. El emeği, özgünlük ve bireysel yaratıcılık bu dönemde tasarımcı kimliğinin temel belirleyicileri olmuştur.

Ardından gelen Art Nouveau, tasarımcıyı salt üretici olmaktan çıkarıp estetik biçimlerin yaratıcısı haline getirmiştir. Art Nouveau, simgecilik akımının ardından 1890-1910 yılları arasında ortaya çıkan; organik formlar, bitki motifleri ve ayrıntılı süslemeleriyle 19. yüzyıl sonu ile 20. yüzyıl başının özgün ve zarif üslubunu temsil eden bir sanat akımıdır (Orman, 2013, s. 1). Dönemin önemli sanatçılarından William Henry Bradley, Art Nouveau'nun karakteristik özelliklerini çalışmalarında belirgin biçimde yansıtmıştır. El yapımı sanatsal detaylar, sarmal hatlar, bitki motifleri, zarif tipografi ve dikkat çekici renk paletleriyle ürettiği tasarımlar, dönemin reklamlarında, dergi kapaklarında ve kitap süslemelerinde geniş yer bulmuştur. Bu yönleriyle Bradley, Art Nouveau'nun grafik tasarım alanındaki önde gelen temsilcilerinden biri olmuş ve çağdaşlarına ilham verici katkılar sunmuştur (Gerdan, 2023, s. 352). Kitap, afiş, illüstrasyon, mobilya ve mimari gibi geniş alanlara yayılan bu üslup, tasarımcıya dekoratif değerler

kazandıran, farklı disiplinler arasında köprü kuran bir rol yüklemiştir. Bu bağlamda tasarımcı kimliği, görsel iletişim alanında kitlesel beğeniyi yönlendiren bir otoriteye dönüşmektedir.

Kübizm, Fütürizm ve Dada gibi 20. yüzyılın başındaki avangart hareketler ise tasarımcı kimliğini daha radikal bir noktaya taşımıştır. 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan Kübizm, Fütürizm, Dada, Sürrealizm, De Stijl, Süprematizm ve Konstrüktivizm gibi modern sanat akımları, yalnızca plastik sanatları değil, aynı zamanda dönemin grafik tasarım anlayışını da doğrudan etkilemiştir (Becer, 2011, s. 101). Kübizm, 1907-1914 yılları arasında Pablo Picasso ve Georges Braque'in öncülüğünde Fransa'da gelişmiştir. Geometrik biçimlerin ön plana çıktığı bu akımın başlangıç noktası, Picasso'nun 1907'de tamamladığı Avignonlu Kızlar adlı tablosu kabul edilmektedir (Şahin, 1999, s. 163). Fütürizm, 1909'da Marinetti'nin manifestosuyla İtalya'da ortaya çıkmış, hız ve hareketi merkeze alarak Kübizm'in parçalı formlarından esinlenmiştir (Göktan, 2015, s. 30). Modern yaşamın dinamizmini otomobil, tren ve makinelerle yansıtan bu akım, sanatın birçok alanını etkilemiş ve sonraki akımlara öncülük etmiştir. Raslantısallık ve anlamsızlık, Dadacılık akımının temel unsurlarını oluşturmuştur (Little, 2006, s. 111). Sanatın gerçekliği temsil etme zorunluluğunu reddeden bu akımlar, tasarımcıya yaratıcı özgürlük, farklı perspektifleri aynı anda ele alma ve estetikle toplumsal eleştiriyi birleştirme imkânı sunmuştur. Dada ve ardından gelen Sürrealizm, tasarımcının kimliğini protest ve sorgulayıcı bir çizgiye yöneltmiş, grafik tasarımı yalnızca iletişim değil aynı zamanda eleştirel bir ifade aracı haline getirmektedir.

Bauhaus ve De Stijl hareketleriyle birlikte tasarımcı kimliği, işlevselliği ve sadeliği ön plana çıkaran modernist bir kimliğe bürünmüştür. Bauhaus akımı, 1919 yılında Walter Gropius tarafından Almanya'da kurulan Bauhaus okuluyla temelleri atılan ve devrim niteliğinde bir etki yaratan bir harekettir. Okulun misyonu, sanatı ve zanaatı bütünleştirerek modern dünyanın ihtiyaçlarına yanıt veren işlevsel bir estetik anlayışı geliştirmektir. Modernist bir yaklaşımı benimseyen Gropius, karmaşık toplumsal koşullar karşısında sadelik ve işlevselliğin ön plana çıkması gerektiğini savunmuştur. Bauhaus öğretisi ise sanatçı ve zanaatkârların yalın ve işlevsel tasarımlar üreten bir toplum inşa edeceği idealini taşımaktadır (Farthing, 2014, s. 414). Bu yaklaşımla birlikte grafik tasarımın temel ilkeleri ve estetik anlayışı yeniden biçimlenmiş, Bauhaus ise tasarımlara işlevselliği ve yalın formları idealize eden bir perspektif kazandırmıştır. Bauhaus tasarımcıları, süsten uzak sade formlarla doğrudan mesaj vermeyi amaçlamış, bu anlayış minimalizmin temellerini oluşturmuştur. Tipografi ise akımın grafik tasarımdaki en belirgin görsel unsurlarından biri olmuştur (Avcı, 2024, s. 281). Bauhaus'ta tasarımcı, sanat ile zanaatı birleştiren, formu işlevle bütünleştiren bir "modern üretici" olarak tanımlanmıştır. "Form follows function" ilkesi, tasarımcının yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda toplumsal ihtiyaçlarla da yönlendirilmesi gerektiğini göstermiştir. De Stijl ise tasarımcıya evrensel düzen ve matematiksel armoniyi yansıtan soyut bir kimlik kazandırmaktadır. De Stijl, Mondrian ve Doesburg'un öncülüğünde doğa dışı soyutlamaya dayalı bir anlayış geliştirmiş ve Neo-Plastisizm üzerine temellenmiştir (Karabaş & Güdür, 2016, s. 332). Mondrian, sanatın saf plastik nitelikler taşıması ve kitlelerin bu anlayışa yönlendirilmesi gerektiğini savunmuştur (Farago, 2011, s. 199). De Stijl yaklaşımıyla grafik tasarımcı kimliği, sade, işlevsel ve evrensel bir görsel dilin temsilcisi olarak konumlanmaktadır.



Art Deco, özellikle Endüstri Devrimi sonrasında, gösterişli ve lüks ürünlerin tasarımına dayalı bir akım olarak tanınmaktadır. Art Deco da tasarımcı kimliğini daha çok popüler kültür ve propaganda alanlarıyla ilişkilendirmiştir. Reklam grafiği, tipografi ve afişlerde öne çıkan bu yaklaşım, tasarımcıyı kitle iletişiminin estetik yönlendiricisi haline getirmektedir. Bu dönemde tasarımcı, ideolojilerden bağımsız gibi görünse de sosyalist ve faşist propaganda malzemelerinde aktif rol üstlenmiş, böylece kitlesel algıyı biçimlendiren güçlü bir kimlik kazanmıştır.

Türkiye’de erken Cumhuriyet döneminde modern tasarımın öncülerini sanatçılar ve zanaatkârlar oluşturmuş, sonraki yıllarda bu kişiler grafik tasarımcı olarak anılmaya başlanmıştır. Devam eden süreçte ise meslek tanımı genişleyerek görsel iletişim tasarımı kavramına, oradan da iletişim tasarımı anlayışına doğru dönüşmektedir (Durmaz, 2011, s. 15; Ertürk, 2014, s. 48). Türkiye’de ise grafik tasarımcı tanımı, 19. yüzyıl sonlarından itibaren Babilî’de çalışan basın–yayın ressamlarının üretimlerine dayanmaktadır. Fotoğrafın zor ve pahalı olduğu dönemde illüstrasyon, afiş, kapak ve yazı tasarımlarıyla yayıncılığın temel görsel dili oluşmuş; ancak mesleğin disipline dönüşmesi uzun zaman almıştır. 1960’lardan itibaren eğitim kurumlarının gelişmesi, 1970’lerle birlikte uluslararası ölçütleri hedefleyen üretim anlayışıyla ressamlıktan grafik tasarıma geçişi hızlandırmış ve meslek kurumsallaşmaya başlamıştır (İşli & Durmaz, 2025). Bu süreç, Türkiye’de grafik tasarımın gelişimini anlamak açısından oldukça önemlidir. Babilî’de ressamların üstlendiği görsel üretim, zamanla eğitim kurumlarının katkısıyla bir meslek disiplinine dönüşmüş ve 1970’lerle birlikte grafik tasarım adı altında kurumsallaşmıştır. Böylece zanaatkârlıktan modern tasarıma geçiş hem mesleğin kimliğini hem de görsel kültürün yönünü belirlemektedir. Nitekim (Durmaz, 2025), “Basın-yayın ressamları, Türkiye’de grafik tasarımın temellerini atan, görsel hafızayı biçimlendiren ve zanaatkârlıktan tasarıma geçiş sürecinde öncü rol üstlenen gizli aktörler olarak değerlendirilebilir.” ifadesini kullanmaktadır.

**Tablo 1.** Geleneksel yöntemler döneminde grafik tasarımcı kimliğinin temel özellikleri

Boyut	Açıklama
Üretim biçimi	El işçiliğine ve manuel üretim tekniklerine dayalıdır.
Kullanılan araçlar	Kalem, fırça, baskı teknikleri ve fiziksel çoğaltma yöntemleri öne çıkar.
Tasarımcı rolü	Uygulayıcı ve zanaatkâr kimliği baskındır.
Estetik yaklaşım	Dönemin sanatsal akımları ve geleneksel estetik anlayışlar belirleyicidir.
Mesleki sınırlar	Tasarım süreci üretimle sınırlıdır; stratejik rol sınırlıdır.

Geleneksel yöntemler döneminde grafik tasarımcı kimliği, zanaatkâr kimliğinden toplumsal sorumluluk sahibi sanatçıya, oradan da modernist işlevselliği benimseyen profesyonel üreticiye doğru evrilmektedir. El sanatlarından başlayan bu süreç, sanayi ve teknolojiyle kesişerek tasarımcıyı hem kültürel değerleri aktaran hem de modern yaşamın görsel dilini kuran bir özne haline getirmiştir. Bu dönem, tasarımcı kimliğinin yalnızca üretim teknikleriyle değil, aynı zamanda estetik anlayış, toplumsal rol ve iletişim biçimleriyle şekillendiği kritik bir aşamayı temsil etmektedir (Tablo1).

## 2. Bilgisayar Teknolojileri Döneminde Grafik Tasarımcı Kimliği

20. yüzyılın sonlarından itibaren bilgisayar teknolojilerinin grafik tasarım alanına girmesi, mesleğin araçlarını, üretim hızını ve görsel çeşitliliğini bütünüyle farklılaştırarak yeni bir kimlik inşasının kapısını aralamaya başlamıştır. Bu sürecin devamında hızla gelişen bilgisayar teknolojileri, grafik tasarım alanında köklü bir değişim sürecini beraberinde getirmiştir. Sayısal veri işleme, dijital görselleştirme ve yazılım temelli tasarım araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte üretim süreci manuel tekniklerden uzaklaşarak dijital platformlara taşınmıştır. Bu dönemde tasarım süreçleri daha hızlı, esnek ve tekrar üretilebilir hale gelirken; görsel çeşitlilik, tipografi kullanımı ve renk uygulamaları da önceki dönemlere kıyasla çok daha geniş imkânlarla kavuşmuştur. Bununla birlikte, tasarım ürünlerinin yalnızca basılı materyallerle sınırlı kalmayıp ekranlara, web ortamına ve çoklu medyaya yönelmesi de dönemin belirgin özellikleri arasında yer almaktadır.

Toffler (2008)'e göre insanlık, Tarım ve Sanayi devrimlerinden sonra üçüncü büyük dalga olan Bilişim Çağına girmektedir. Bu çağın oluşumunda matbaa, iletişim araçları, programlama dilleri ve kişisel bilgisayarların yaygınlaşması belirleyici olmuştur. Grafik tasarım 1920'lerde terminolojiye girmiş, II. Dünya Savaşı sonrasında ise gerçek anlamda kabul görmüştür. İlk uygulayıcıların matbaacılar, ilk grafik tasarımcıların ise baskı endüstrisinde çalışan kişiler olduğu ifade edilmektedir (Durmaz, 2016, s. 3). Teknolojilerin gündelik yaşama girmesiyle birlikte insanların yaşam biçimleri, tüketim alışkanlıkları ve iletişim yöntemleri köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, tasarımın estetik bir unsur olmasından öte yaşamın her alanını etkileyen işlevsel bir araç haline gelmesine zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla tasarım, bireylerin günlük pratiklerinden kültürel üretim süreçlerine kadar geniş bir yelpazede önem kazanırken, grafik tasarım mesleğini icra edenler için de mesleki pratiğin vazgeçilmez bir boyutunu oluşturmaya başlamıştır. Özdemir (2022, s. 2563)'e göre yeni bilgisayar teknolojileri grafik tasarımın temel bir unsuru haline gelmiş, tasarımcıların sanatsal ve estetik yetilerini dijital araçlarla birleştirmesi hem tasarımların kalitesini artırmış hem de mesleğe yeni fırsatlar kazandırmaktadır. Karaçeper (2018, s. 73)'e göre dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte kendini dönüştüren ve geleneksel yöntemlerini teknolojik yeniliklere bırakan alanların başında

grafik tasarım gelmektedir. Bilgisayarın dijital teknolojilerin vazgeçilmez bir unsuru olarak yaygınlaşması, sanat, tasarım ve iletişim alanlarında yeni üretim biçimlerinin doğmasına imkân tanımış ve yaşanacak köklü değişimlerin temelini oluşturmuştur. Aynı zamanda dijital araçların, eser üretimini daha hızlı ve verimli hale getirerek sanatsal ifade biçimlerini kolaylaştırdığını ve bu durumun alana olan ilgiyi artırdığını ifade etmiştir.

Ertosun (2006)' a göre, günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle bilgisayar ve bilgisayar sistemlerine erişim kolaylaşmıştır. Ancak bilgisayar destekli grafik tasarım üretimi, yalnızca teknik araçlarla değil, özgünlük ve yaratıcı bir düşünsel çabayla anlam kazanmaktadır. Özgünlükten yoksun tasarımlar, hazır görsellerin yan yana getirilmesiyle oluşan ve etkisiz kalan çalışmalar olarak görülmektedir. Buna karşılık çeşitli yazılımların sunduğu imkânlarla farklı platformlarda üretilebilen tasarımlar, ancak tasarımcının yaratıcılığı sayesinde tekdüzelikten sıyrılarak güçlü bir etki yaratabilmektedir.

1984'te Apple Macintosh'un kullanıcı dostu arayüzü ve Adobe'nin PostScript dili, grafik ve tipografi tasarımında kaliteyi artırarak grafik tasarımın dijital çağa geçişinde önemli bir dönüm noktası olmuştur (Sönmez, 2024, s. 39). 1980'lerin sonlarından itibaren bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle masaüstü yayıncılık kendisini göstermiş, Photoshop, Illustrator ve InDesign gibi tasarımı kolaylaştırabilen yazılımlar sayesinde tasarımlar dijital ortamda üretilebilmiştir. Bu yazılımlar sayesinde tasarımcı, yalnızca teknik süreci yürüten bir uygulayıcı olmaktan çıkıp, yaratıcı kararlar alan ve üretimin her aşamasında etkin rol üstlenen bir konuma gelmektedir. Böylece grafik tasarım, el emeği yoğun bir zanaatkârlık pratiğinden uzaklaşarak, dijital çağın sunduğu olanaklarla daha bağımsız, yenilikçi ve profesyonel bir meslek kimliği kazanma yönünde gelişim göstermektedir. Bu süreçte internet teknolojileri, bilgisayar destekli üretim imkânlarını daha ileriye taşıyarak grafik tasarımcıya yeni yollar açmıştır. İnternetin sağladığı hızlı iletişim ve paylaşım ortamı, tasarımcıların üretimlerini çeşitlendirmesine ve farklı alanlarla etkileşime girmesine fırsat vermiştir. Benzer şekilde Baranseli (2009, s. 120), internet teknolojilerinin grafik tasarımcılara farklı disiplinlerle yoğun iş birliği ve etkileşim olanağı sağladığını; bu sayede grafik anlatım dilinin diğer alanlarda kullanılmaya başladığını ve tasarımcıların yeni bakış açıları ile görsel anlatım dilleri geliştirme imkânı bulduğunu belirtmektedir.

Dijital sanat kavramı, 2000'li yıllarla birlikte giderek daha görünür hale gelmiş ve sanatın bilgisayar teknikleri aracılığıyla yeniden üretilmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım, farklı disiplinler arasındaki sınırları bulanıklaştırarak sanat, tasarım ve teknolojinin ortak bir ifade alanında buluşmasına zemin hazırlamıştır (Atan, Uçan, & Bilsel, 2015, s. 2). Günümüzde grafik tasarımcıların rolü dijitalleşme ile değişmiş, reklam sektöründe dijital ajanslar ve web ajansları ortaya çıkmıştır. Bu ortamda tasarımcılar, programcılar ve pazarlama uzmanlarıyla birlikte çalışarak etkileşimli çözümler üretmekte ve ekip çalışmasının bir parçası haline gelmektedir (Baranseli, 2009, s. 120).

Grafik tasarımcılar, bilgi ve inovasyon çağında teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek hem tasarım sürecinin başlangıcında hem de uygulama aşamasında fark yaratacak yaratıcı fikirler geliştirmeleri gerekmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri, grafik tasarımcı kimliğine sahip bireylerin sayısının giderek artması ve buna bağlı olarak mesleki alanda yoğun

bir rekabet ortamının oluşmasıdır. Bu durum, tasarımcıların yalnızca teknik yeterlilikleriyle değil, aynı zamanda özgün ve yenilikçi yaklaşımlarıyla da öne çıkmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu gerekliliğin temelinde, dijital ortamın sunduğu çeşitliliğin tasarım süreçlerinde daha zengin bir uyum ve etkileşim imkânı oluşturması yer almaktadır.

Grafik tasarım, doğası gereği multidisipliner bir alan olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tasarımcılardan, birbirine temas eden farklı disiplinler ve konular hakkında bilgi sahibi olmaları beklenmektedir. Günümüzde hem masaüstü yayıncılık hem de dijital yayıncılık kapsamında tasarım üretebilmeleri ve hazırlanan projeleri uygulamaya dönüştürebilmeleri mesleğin temel gereklilikleri arasında yer almaktadır. Masaüstü yayıncılık (Desktop Publishing), geleneksel yayıncılığın birçok araç, gereç, alan ve mekân gerektiren üretim aşamalarını elektronik ortamda tek bir masa üzerinde gerçekleştirilebilir hâle getiren bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Yanık, 2008, s. 7). Günümüzde görsel iletişim, geleneksel basılı mecralardan dijital ortamlara yönelmiş; interaktif yapısı, erişim kolaylığı ve ekonomik avantajlarıyla grafik tasarım için yeni imkânlar sunmuştur. Bu değişim, kâğıt tüketimini azaltarak çevreci yaklaşımları desteklemiş, aynı zamanda bireylerin algı ve alışkanlıklarını dönüştürerek grafik tasarımın toplumsal ve kültürel işlevlerini yeniden biçimlendirmiştir (Kırca, 2024, s. 44). Bu doğrultuda grafik tasarımcı kimliğinin de dijital çağın koşullarına uyum sağlama yönünde çeşitlendiği ve farklı roller üstlenme eğilimi gösterdiği düşünülebilir. Bu durum, tasarımcının hem teknolojik araçlara hem de toplumsal beklentilere karşı daha esnek bir yaklaşım geliştirmesine zemin hazırlamaktadır.

Dünyada ve ülkemizde grafik tasarım mesleğinin teknolojik gelişmelere bağlı olarak sürekli gelişim ve dönüşüm içinde olduğu görülmektedir. Bu süreç, yalnızca üretim araçlarını değil, mesleğin işlevsel ve kavramsal boyutlarını da etkilemekte; dolayısıyla grafik tasarımın tanımı yıllar içerisinde farklılaşarak yeniden şekillenmektedir (Yıldırım & Akman, 2023, s. 105). Grafik tasarım mesleği, teknolojik gelişmelerin etkisiyle önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Bilgisayar teknolojilerindeki hızlı ilerleme, tasarımcıların iş süreçlerini hızlandırarak üretim verimliliğini artırmış ancak bu gelişmeleri yakından takip etmeyi zorunlu hale getirmiştir. Grafik tasarımcılar, yalnızca estetik ve tasarım bilgisine değil, aynı zamanda sürekli güncellenen yazılımlar ve teknik donanımlara da hâkim olmak durumunda kalmıştır.

Basılı ve dijital medya organlarının son çıktığı aşamalarında kullanılan farklı uygulamalar, grafik tasarımcıların sorumluluk alanını genişletmektedir. Projenin hangi bölümlerinin matbaa teknolojileriyle üretileceği, hangi kısımlarının sosyal medyada yayınlanacağı, dijital baskıya uygun parçalar ya da üç boyutlu tasarımların nasıl hazırlanacağı gibi konular, tasarım sürecinin en başında planlanması gereken kritik aşamalardır. Bu alanlarda yeterli bilgiye sahip olmayan tasarımcılar, firmaların hem zaman hem de mali kaynaklar açısından kayıplar yaşamasına yol açabilmektedir. Grafik üretim teknolojilerindeki çeşitlilik ve yoğunluk, sürekli yenilikleri beraberinde getirmekte; basılı ve dijital mecraların sürekli gelişim göstermesi, tasarımcıların yalnızca teknolojiyi bilmesini değil aynı zamanda bu gelişmeleri takip ederek kendini sürekli yenilemesini zorunlu kılmaktadır (Kınık, Yakar, & Topaklı, 2021, s. 966). Bu durum, tasarım pratiğini genişletirken aynı zamanda yoğun bir öğrenme ve uyum süreci de gerektirmektedir. Nitekim, yazılım temelli kurslar ve eğitimler sayesinde programları kullanabilen bireyler ortaya

çıkılmış; fakat bu kişiler çoğunlukla tasarımın kavramsal ve sanatsal boyutlarına hâkim olmadan yalnızca uygulayıcı konumunda kalmıştır. Böylece, grafik tasarımcı ile yazılım operatörü arasındaki fark belirginleşmiş; tasarım bilgisinden yoksun fakat teknik araçları kullanabilen bir kesim ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla teknolojinin getirdiği hız ve yenilik, grafik tasarım alanında hem bir fırsat hem de niteliksel bir ayrışmanın kaynağı olmuştur. Grafik tasarım bölümü akademisyenleri ile yapılan bir röportaj bulgularına göre, yalnızca program bilgisine sahip olunmasının tasarım açısından yeterli olmadığı; grafik tasarımın ilke ve öğelerine hâkimiyetin, program bilgisi ile birlikte ele alındığında başarılı sonuçlara ulaşılabileceği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, grafik tasarımın salt yazılım kullanımına indirgenemeyeceği, kuramsal bilgi ve estetik kavrayışla desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Avcı & Üstün, 2022, s. 62). Bu doğrultuda, grafik tasarım eğitiminin teknik becerilerin yanı sıra eleştirel düşünme, yaratıcılık ve estetik değerler üzerine de yoğunlaşması gerektiği belirtilmektedir. Aksi takdirde, disiplinin özünde yer alan sanatsal ve iletişimsel boyutların geri planda kalma riski söz konusu olmaktadır. Bu durum, grafik tasarımcı kimliğinin yeniden şekillenmesine de etki etmektedir. Tasarımcıdan beklenen rol, yalnızca üretim sürecini yönetmek değil, aynı zamanda estetik, kavramsal ve teknolojik boyutları bütüncül bir şekilde bir araya getirebilmek olarak tanımlanmaktadır.

**Tablo 2.** Bilgisayar teknolojileri döneminde grafik tasarımcı kimliğinin dönüşen özellikleri

Boyut	Açıklama
Üretim biçimi	Dijital ortamda hızlanan ve çoğaltılabilir üretim süreçleri ön plana çıkar.
Kullanılan araçlar	Bilgisayar destekli tasarım yazılımları ve dijital platformlar belirleyicidir.
Tasarımcı rolü	Uygulayıcı rolüne ek olarak problem çözücü ve görsel iletişim planlayıcısı kimliği gelişir.
Estetik yaklaşım	Dijital estetik, modüler yapı ve görsel çeşitlilik artar.
Mesleki sınırlar	Tasarımcı, iletişim stratejilerine daha fazla dâhil olur.
Toplumsal algı	Grafik tasarımcı, yaratıcı ve teknik bilgiye sahip profesyonel olarak algılanır.

Özellikle 2010 sonrası hızla artan sosyal medya platformları, dijital yayıncılık kanalları ve etkileşimli çevrimiçi mecralar, yeni medyanın gücünü daha görünür hale getirmiştir. Bu

dönemde bilgiye erişim kolaylaşmış, görsel içeriklerin dolaşımı hızlanmış ve kullanıcı etkileşimi en üst düzeye çıkmaktadır. Dolayısıyla yeni medya ortamlarının bu gelişimi, grafik tasarıma duyulan ihtiyacı daha da artırmış, grafik tasarımcılarını hem teknolojiyi etkin kullanan hem de kitlelerin dikkatini çekecek yaratıcı içerikler üreten aktörler haline getirmiştir. Yeni medyanın etkileşimli, hızla değişen ve kullanıcı merkezli yapısı, grafik tasarımcı kimliğini de dönüştürmektedir. Bu ortamda tasarımcı, yalnızca görsel üretici değil; aynı zamanda dijital araçlara hâkim, farklı disiplinlerle ilişki kurabilen, içerik üreten ve kullanıcı deneyimini gözetten bir profesyonel hâline gelmektedir. Sürekli güncellenen platformlar ve teknolojiler tasarımcıyı da kendini yenilemeye zorlamakta, böylece grafik tasarımcı kimliği yeni medyada daha esnek, dinamik ve toplumsal etkileşime açık bir biçimde şekillenmektedir (Tablo2).

### 3. Yapay Zeka ve gelecek, Grafik Tasarımcı Kimliği

Yapay zekâ teknolojilerinin gelişiminin, gelecekte grafik tasarım alanında üretim süreçlerini ve tasarımcı kimliğini dönüştürebileceği öngörüsü tartışılmaktadır. Yapay zekâ destekli araçların rutin işleri üstlenerek tasarımcılara daha fazla yaratıcılık alanı bırakacağı, aynı zamanda mesleğin kapsamını yeniden tartışmaya açabileceği tahmin edilmektedir. Bu bağlamda, geleceğin grafik tasarımcı kimliğinin estetik duyarlılık, teknik donanım, yapay zekâ ile iş birliği yapabilme ve etik sorumluluk bilinci gibi unsurlar etrafında şekillenebileceği ifade edilmektedir. Bu gelişmeler ışığında, yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarımın geleceğinde üretim süreçlerini ve tasarımcı kimliğini nasıl etkileyeceği yönünde çeşitli görüşler dillendirilmektedir.

Tasarım pratiğinde yaşanan kavramsal ve uygulamalı dönüşümlerin bir göstergesi olan yapay zekâ, grafik tasarımın geleceğini biçimlendirme gücünü elinde bulundurmaktadır. 2010'lu yıllardan itibaren grafik tasarımda kullanılmaya başlanan yapay zeka teknolojileri, ilk aşamada görüntü işleme, tipografi ve sayfa düzeni gibi tekrarlayan görevleri otomatikleştirmek için geliştirilmiş, işlev ve kapsam bakımından sınırlı kalmış olsa da zamanla daha ileri düzeyde yöntemlerin ve araçların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Mustafa, 2023, s. 4).

Grafik tasarım günümüzde teknolojinin etkisiyle önemli bir dönüşüm sürecindedir. Dijitalleşme ve yapay zekâ destekli tasarım yazılımlarının yaygınlaşması, tasarımın ifade biçimlerini dönüştürmüş ve yeni olanaklar sunmuştur. Bununla birlikte bazı tasarımcılar, bu yeniliklere uyum sağlamak zorlanarak geleneksel yöntemlere bağlı kalmayı tercih etmektedir. Bu durum, grafik tasarım alanında geleneksel yaklaşımlar ile dijitalleşmenin getirdiği yenilikler arasında sürekli yeniden tanımlanan bir denge oluşturmuştur (Tanrıkulu, 2023, s. 33). Günümüzde tasarım yazılımlarının rekabet gücünü koruyabilmesi, tasarımcılara işleri hızlandıran ve verimliliği artıran güncel araçlar sunmasına bağlıdır. Artan marka etkileşimleri ve sosyal medya görünürlüğü, kurumların tasarım süreçlerine daha fazla önem vermesine yol açmıştır (Patil, 2023, s. 30). Bu bağlamda iletişim teknolojilerinin etkisiyle grafik tasarımcılar hem dönemsel gelişmelere uyum sağlamak hem de mesleki sınırları gözetmek durumundadır. Bu süreç, tarihsel olarak tasarımcıların farklı fikirler geliştirmesine ve alanın sürekli çeşitlenip zenginleşmesine katkı sağlamıştır (Yıldırım & Akman, 2023, s. 108).

Şekerli ve Tüker (2024, s. 134)'in çalışmasında, üretken yapay zekâ araçlarında tasarım sürecinin niteliğini belirleyen en önemli unsurun, oluşturulan istemlerin ayrıntılı ve açık biçimde hazırlanması olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, tasarımcıların etkili istemler oluşturabilmeleri için mesleki terminoloji bilgilerini güçlendirmenin yanı sıra yazılı ifade becerilerini de geliştirmeleri gerektiği vurgulanmıştır. Bu durum, grafik tasarımcı kimliğinin yalnızca görsel üretimle tanımlanamayacağını, aksine yapay zekâyâ uyum sağlayabilmek için yeni beceri ve sorumluluklarla dönüşmek zorunda bırakıldığını ortaya koymaktadır.

Grafik tasarım, sanatçının özgün üslubunu yansıtan özlü bir dil ve yoğun sanatsal ifade gerektiren bir alandır. Multimedya ve üç boyutlu (3D) teknolojilerin hızla gelişmesine karşın, grafik tasarım görselleri günümüzde hâlâ yüksek uygulama değerini korumaktadır. Ayrıca yapay zekâ destekli bilgisayar tasarım uygulamaları, tasarım sistemlerine giderek daha fazla entegre edilerek alanın modernleşmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Liu, 2023, s. 1). Grafik tasarım alanında yapay zekâ, üretim süreçlerini hızlandırma ve alternatif çözüm olanakları sunma kapasitesi nedeniyle giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ, yalnızca zaman tasarrufu sağlamakla kalmayıp, tasarımcıların yaratıcı potansiyellerini destekleyen bir araç olarak da değerlendirilmektedir. İnsan tasarımcıya kıyasla yapay zekanın üstünlüğü, geniş ve çok çeşitli veri kümelerini analiz etme, belirli bir problem için olası çıktıları öngörme ve hatta uygulamaya en uygun tasarımı üretme gücünde yatmaktadır. Bu süreç esasen, insan öğrenme biçimini modelleyen makine öğrenimine dayanmaktadır. Makine öğrenmesi algoritmaları, girdilerden anlamlı bilgiler elde ederek çıktılar üretmekte; eğitildikleri örneklerin sayısı arttıkça performanslarını kademeli olarak geliştirmektedir (Tomić, Jurić, Dedijer, & Adamović, 2023, s. 86). Grafik tasarım alanında yapay zekâ, kısa sürede etkili bir biçimde benimsenerek tasarımcıların yöntemlerini dönüştürmüş ve mesleki yetkinliklere yeni boyutlar kazandırmıştır. Tasarım sürecinin farklı aşamalarına entegre edilen yapay zekâ, yalnızca üretkenliği artırmakla kalmamakta, aynı zamanda yaratıcı fikirlerin uygulanabilirlik alanını da genişletmektedir (Mirzaei, 2025, s. 494). Buradan hareketle, yapay zekânın grafik tasarımda yalnızca teknik bir kolaylaştırıcı değil, aynı zamanda yaratıcı süreci zenginleştirebilecek bir unsur olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Buna karşın (Meron, 2022, s. 4), yapay zekâ ve grafik tasarım ilişkisine dair araştırmaların çoğunlukla grafik tasarımı işlevsel sonuçlarla sınırlı, formüle edilmiş bir çerçevede ele aldığını ifade etmektedir. Ona göre, bu durumun arkasında araştırmaların henüz erken aşamada olması ve bilgisayar biliminin yöntemleriyle yürütülmesi etkili görünmektedir. Ancak asıl dikkat çekici nokta, grafik tasarımın bağımsız bir akademik disiplin olarak yeterince kurumsallaşamamış olmasıdır. Bu eksiklik, alanın yapay zekâ araştırmalarında derinlik ve otorite açısından zayıf kalmasına yol açmakta ve grafik tasarımın potansiyelini bilgisayar bilimi odaklı dar bir bakış açısına mahkûm etmektedir.

Rezk (2023, s. 10)'e göre, tasarımcılar ve geliştiriciler arasında yapay zekânın gelecekteki etkilerine ilişkin tartışmalar devam etmektedir. Mesleki rollerinin zamanla değişebileceği yönünde beklentiler dile getirilmekte, hatta bazıları yeni bir meslek arayışına girmek zorunda kalabilecekleri düşüncesini taşımaktadır. Ancak, Luis (2025), yapay zekâ uygulamalarının grafik tasarım süreçlerinde hız ve yaratıcılığa katkı sunduğunu; ancak ortaya çıkan tasarım

ürünlerinin son hâle gelmesinde insan tasarımcıların müdahalesinin zorunlu olduğunu ifade etmektedir. Her ne kadar mesleki tartışmalar gündeme gelse de bu durum grafik tasarımcı kimliğinin yaratıcı denetim ve son karar mekanizması olarak önemini koruduğuna işaret etmektedir.

Geçmişte teknolojik gelişmelerin ilk örnekleri ortaya çıktığında, makinelerin insan emeğinin yerini alacağı ve bunun küresel ölçekte yoksulluğu artıracak ciddi bir işsizlik sorununa yol açacağı yönünde kaygılar gündeme gelmiştir. Her ne kadar birçok sektörde robotlar insan çalışanların yerine geçmiş olsa da bu, insanların tüm imkânlarını yitirdiği anlamına gelmemektedir. Aksine, makineler insanlığa yeni bir dünyanın kapılarını aralamış ve onların desteği olmadan ulaşılamayacak hedeflere ulaşmada önemli katkılar sağlamıştır. Benzer şekilde günümüzde yapay zekâ, grafik tasarımcıların mesleki kimliklerini tehdit eden bir unsur olarak algılsa da kim bilir belki de doğru kullanıldığında onların yaratıcılıklarını destekleyen ve üretim süreçlerine yeni ufuklar açan bir araç hâline gelebilir düşüncesi akıllarda soru işareti bırakmaktadır.

Yapay zekâ kullanımında göz ardı edilmemesi gereken pek çok etik boyutu da beraberinde getirmektedir. Kişisel verilerin korunması, kapsayıcılığı zedeleyebilecek veri önyargıları ve bu önyargıların tasarıma yansımaları, kullanıcı deneyimini doğrudan etkileyen kritik sorunlar olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca, yapay zekânın ürettiği içeriklerin saldırgan, yanıltıcı ya da rahatsız edici olabilmesi, sorumluluk meselesini tartışmaya açmakta ve algoritmaların, geliştiricilerin ya da kullanıcıların hangi noktalarda hesap verebilir olması gerektiği sorusunu gündeme getirmektedir. Buradan hareketle yapay zekâ kullanımında mahremiyet, veri önyargıları, kapsayıcılık ve sorumluluk gibi etik konular yalnızca teknolojik tartışmalarla sınırlı değildir. Grafik tasarımcı kimliği, yapay zekâ görselleri üretirken bu etik meselelerin neresinde konumlandığı ve ortaya çıkan içeriklerden ne ölçüde sorumlu olduğu sorularıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durumdan hareketle, tasarımcı yalnızca estetik kararlar alan bir uygulayıcı değil, aynı zamanda kullanılan verilerin güvenilirliği, kapsayıcılığı ve üretilen görsellerin toplumsal etkilerinden sorumluluk taşıyan bir aktör olarak da değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, burada tartışmalı bir nokta ortaya çıkmaktadır. Yapay zekâ ile üretilen içeriklerin olası olumsuz sonuçlarından doğrudan grafik tasarımcı mı, yoksa bu yazılımları geliştiren teknoloji şirketleri mi sorumlu tutulmalıdır? Dolayısıyla grafik tasarımcı kimliği, giderek teknolojik yetkinliklerin yanı sıra bu tür etik ikilemlerle yüzleşen ve eleştirel bir tutum geliştirmesi gereken bir yapıya dönüşmektedir. Akman ve Uçar (2019, s. 15)'a göre, tasarımcının kendisine sunulan verilerin olası etkilerini öngörmeden üretim sürecine devam etmesi, ilerleyen dönemlerde çok daha ciddi sonuçların ortaya çıkmasına yol açabilir. Teknolojinin gelişmesi ve kullanım alanlarının genişlemesi ise tasarımcıları giderek daha fazla etik sorumluluklar üzerine düşünmeye yönlendirmektedir. Bu bağlamda yarının grafik tasarımcısı, tüm tasarım bilgi birimlerini kapsayan donanımını yeni teknolojilerle bütünleştirerek, etik sorumluluk ve yaratıcılıkla harmanlanmış çok boyutlu kimliğiyle geleceği açık bir meslek olarak izlenmektedir (Tablo3).



**Tablo 3.** Yapay zekâ bağlamında grafik tasarımcı kimliğinin güncel boyutları

Boyut	Açıklama
Üretim biçimi	İnsan–makine etkileşimine dayalı, yönlendirme ve kürasyon temelli üretim süreçleri öne çıkar.
Kullanılan araçlar	Yapay zekâ destekli tasarım araçları ve üretken sistemler kullanılır.
Tasarımcı rolü	Yaratıcı yönetici, küratör ve karar verici kimliği ön plana çıkar.
Estetik yaklaşım	Algoritmik estetik, varyasyon ve olasılıksal üretim biçimleri belirgindir.
Mesleki sınırlar	Tasarımcı, üretimden çok kavramsal çerçeve ve etik sorumluluk üstlenir.
Toplumsal algı	Grafik tasarımcı, disiplinlerarası düşünen ve teknolojiyi yöneten bir özne olarak konumlanır.

Grafik tasarımcı kimliğinin geleneksel yöntemler, bilgisayar teknolojileri ve yapay zekâ bağlamında geçirdiği dönüşüm; üretim biçimleri, mesleki roller ve kimlik tanımları açısından belirgin farklılıklar ortaya koymaktadır. Bu dönemseller değişimlerin karşılaştırmalı olarak daha net biçimde görülebilmesi amacıyla, grafik tasarımcı kimliğinin üç temel dönem üzerinden öne çıkan özellikleri aşağıda özetlenmiştir (Tablo 4).

**Tablo 4.** Grafik Tasarımcı Kimliğinin Dönemsel Dönüşümü

Dönem	Baskın Üretim Biçimi	Tasarımcı Rölü	Kimlik özellikleri
Geleneksel Yöntemler	El işçiliği, matbaa	Zanaatkâr / sanatçı	Ustalık, estetik duyarlılık, kültürel aktarım

Bilgisayar Teknolojileri	Dijital yazılımlar	Dijital üretici	Hız, teknik yetkinlik, çoklu mecra uyumu
Yapay Zekâ Bağlamı	Üretken yapay zekâ	Yönlendirici / denetleyici	Etik sorumluluk, insan–makine etkileşimi

## Sonuç

Bu araştırmanın temel amacı, grafik tasarımcı kimliğinin tarihsel gelişim içinde nasıl şekillendiğini, teknolojik kırılmalarla birlikte hangi dönüşümleri yaşadığını ve gelecekte ne yönde evrilebileceğini ortaya koymaktır. Kapsam, Geleneksel üretim anlayışından başlayarak bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşmasına, günümüzde yapay zekânın yükselişine ve geleceğe dair öngörülere kadar uzanmaktadır.

Bulgular, grafik tasarımcı kimliğinin estetik üretim pratiğinin ötesine geçerek dönemin toplumsal, kültürel ve teknolojik koşullarıyla iç içe geçmiş çok katmanlı bir yapı sergilediğini göstermektedir. Geleneksel dönemde grafik tasarımcı, zanaatkârlık ve el emeğine dayalı üretim süreçlerinin merkezinde konumlanmaktaydı. Bu dönemde tipografi, illüstrasyon, baskı teknikleri ve el işçiliği tasarımın ana eksenini oluşturmaktaydı. Tasarımcı kimliği, ustalık, sabır, yaratıcılık ve kültürel aktarım gibi değerlerle şekillenmektedir. Üretilen afişler, kitaplar ve tipografik düzenlemeler yalnızca estetik nesnelere değil, aynı zamanda toplumsal belleğin taşıyıcıları olmuştur. Dolayısıyla tasarımcı, yalnızca üretim yapan bir kişi değil, aynı zamanda bir kültür aktarıcısı ve toplumsal iletişim aracı rolünü üstlenmiştir. Bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkışıyla birlikte grafik tasarımcı kimliği köklü bir dönüşüm yaşamıştır. 1980’li yıllarda masaüstü yayıncılık yazılımları ve dijital tasarım araçlarının devreye girmesiyle tasarım süreçleri hızlanmış, üretimde çeşitlilik ve erişilebilirlik artmıştır. Photoshop, illüstratör ve benzeri yazılımlar, tasarımcıların üretim biçimlerini değiştirmiş; el emeğiyle gerçekleştirilen birçok aşama dijital platformlara taşınmıştır. Bu dönüşüm, mesleğin teknik boyutunu öne çıkarırken, tasarımcıyı dijital araçlara hâkimiyet ve yazılım okuryazarlığı üzerinden tanımlamaya başlamıştır. Ancak bu süreç, zanaatkâr kimliğin geri planda kalmasına neden olmuş; tasarımcı daha çok teknolojiyle uyum sağlayan, hız ve işlevsellik odaklı bir üretici konumuna gelmiştir. Yapay zekâ çağında grafik tasarımcı kimliği yeniden tartışmaya açılmıştır. Yapay zekâ destekli araçlar, tekrarlayan görevleri üstlenerek zaman kazandırmakta, aynı zamanda tasarımcıya farklı çözüm önerileri sunarak yaratıcılığı desteklemektedir. Bununla birlikte bu gelişmeler, tasarımcıdan yalnızca teknik değil, aynı zamanda etik ve eleştirel sorumluluklar da beklemektedir. Veri setlerindeki önyargılar, bağlam eksikliği ve toplumsal etkilerin gözetilmesi gibi konular, yeni dönemde tasarımcı kimliğinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla grafik tasarımcı, estetik üretici kimliğinin yanı sıra teknolojiyle iş birliği yapan, onu yönlendiren, etik sınırları sorgulayan ve toplumsal sorumluluk üstlenen bir aktör konumuna gelmektedir. Gelecek perspektifinde grafik tasarımcı kimliği, geçmişin

zanaatkârlığından miras aldığı estetik duyarlılığı, bilgisayar teknolojilerinin kazandırdığı hız ve dijital donanımı, yapay zekânın sunduğu yaratıcı olanaklarla harmanlamak durumundadır. Bu bütünleşme, tasarımcıyı çok boyutlu bir kimlik hâline getirmektedir: estetikten ödün vermeyen, teknolojiyi bilinçle kullanan, etik sorumlulukları gözetten ve toplumsal etkileri değerlendiren bir profesyonel. Böylelikle grafik tasarımcı, tüm bilgi birimlerini teknolojik gelişmelerle bütünleştirerek, dönemin ihtiyaçlarına yanıt veren ve geleceğe uyum sağlayan, çok boyutlu bir kimlik görünümünü kazanacaktır.

Grafik tasarımcı kimliğinin gelecekte sağlam bir temelde gelişebilmesi için eğitimin estetik ve teknik bilgiyle sınırlı kalmaması, yapay zekâ, dijital okuryazarlık ve etik sorumluluk gibi güncel alanlarla desteklenmesi gerekmektedir. Tasarımcıların yaratıcı ve eleştirel düşünme becerileriyle donatılması, toplumsal etkileri gözetten bir yaklaşım geliştirilmesi ve kültürel çeşitliliğin tasarım süreçlerine entegre edilmesi mesleğin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, ilerleyen araştırmaların grafik tasarımcı kimliğini yalnızca teknolojik araçlarla değil, kullanıcı deneyimi ve toplumsal bağlamlarla birlikte ele alması, disipline yeni ufuklar açacaktır.

## Kaynakça

- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2), 213–220.
- Akman, M., & Uçar, T. F. (2019). Bugünün ve Geleceğin Grafik Tasarımı. Akdeniz Sanat Dergisi, 14(25), 9–21.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2012). Grafik Tasarımın Temelleri (M. E. Uslu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Atan, A., Uçan, B., & Bilsel, Ç. (2015). Dijital Sanat Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 7(26), 1–14.
- Avcı, Y. (2024). Modern Grafik Tasarımda Postmodern Etkiler. The Journal of Academic Social Science, (159), 275–292.
- Avcı, Y., & Üstün, C. (2022). YouTube Tasarım Kanallarının Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım Derslerine Etkisi: Designus Örneği. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi, 3(5), 48–64.
- Aydoğdu, H. (2004). Modern Kimlikte Öznenin Ölümü. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, (9), 115–147.
- Baranseli, E. S. (2009). Gelişen İletişim Teknolojileri İle Grafik Anlatım Dili ve Grafik Tasarımın Yeni Uzantıları (Yayımlanmamış sanatta yeterlik tezi). Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.

- Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış Hayat* (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bilgin, A., & Oksal, A. (2018). Kültürel Kimlik ve Eğitim. *Academy Journal of Educational Sciences*, 2(1), 82–90.
- Bulat, S., Bulat, M., & Aydın, B. (2014). Bauhaus Tasarım Okulu. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 105–120.
- Chermayeff, I., & Geismar, T. (2007). *Son 50 Yılın Amblem, Logo ve Tasarımları* (B. Kıbrıs, Ed.). İstanbul: Pera Müzesi Yayınları.
- Connolly, W. E. (1995). *Kimlik ve Farklılık* (F. Lekezizalın, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Durmaz, Ö. (2011). *İstanbul'un 100 Grafik Tasarımcısı ve İllüstratörü*. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.
- Durmaz, Ö. (2016). *Türk Grafik Tasarım Tarihi Açısından Sabiha Bozcalı'nın Basın-Yayın Ressamlığı*. DEKAUM I. Kadın Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Durmaz, Ö. (2025, 20 Ekim). 1930'ların Grafik Tasarımcısı: Muvaffak İhsan Garan. *Manifold*. <https://manifold.press/1930-larin-grafik-tasarimcisi-muvaffak-ihsan-garan>
- Ertürk, M. (2014). *Görselle İletişim Tasarlamak*. İstanbul: Basım Dünyası.
- Ertosun, A. (2006). *Türkiye'deki Grafik Sanat Eğitimi İle Amerika'daki Grafik Sanat Eğitiminin Karşılaştırılması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Farago, F. (2011). *Sanat*. Ankara: Cantekin Matbaacılık.
- Farthing, S. (2014). *Sanatın Tüm Öyküsü* (G. Aldoğan & F. Candil Çulcu, Çev.). İstanbul: Hayalperest.
- Göktaş, M. Ç. (2015). Fütürizm Sanat Akımının Oluşumunda Fotoğrafın Önemi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 15–30.
- Gerdan, S. Ü. (2023). Art Nouveau Akımında Will Henry Bradley İllüstrasyonlarının Grafik Tasarımına Etkisi. *International Journal of Humanities and Art Researches*, 8(4), 350–369.

- Guibernau, M. (1997). Milliyetçilikler: 20. Yüzyılda Ulusal Devlet ve Milliyetçilikler (N. N. Domaniç, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- İşli, E. N., & Durmaz, Ö. (2025, 20 Eylül). Ben Türkiye'nin İlk İllüstratörüyüdüm. Salt. <https://saltonline.org/tr/2034/ben-turkiyenin-ilk-kadin-illustratoruyudum>
- Kınık, M., Yakar, G., & Topaklı, A. (2021). Grafik Tasarımcı Yeterliklerine Dair Yönetici Görüşleri. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, (62), 963–975.
- Kırca, M. (2024). Grafik Tasarım ve Endüstri İş Birliğinin Dönüşümü. Bodrum Sanat ve Tasarım Dergisi, 3(1), 41–55.
- Karaçeper, S. (2018). Dijital Teknoloji ve Grafik Tasarımda Yenilikler. Aydın Sanat, 4(8), 73–83.
- Karabaş, P. A., & Güdür, A. (2016). Neo-Plastisizm Akımı Kapsamında De Stijl Hareketi ve Piet Mondrian. International Journal of Cultural and Social Studies, 2(2), 330–339.
- Kolko, J. (2010). Abductive Thinking And Sensemaking: The Drivers Of Design Synthesis. Design Issues, 26(1), 15–28.
- Krippendorff, K. (2007). Design Research Now. Birkhäuser.
- Kurtuluş, H. (1999). Endüstri Tasarımında Kimlik Sorunu ve Bir Model Önerisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Little, S. (2006). İzmler: Sanatı Anlamak (D. N. Özer, Çev.). İstanbul: Yem Yayınları.
- Liu, Y. (2023). Design Of Graphic Design Assistant System Based On Artificial Intelligence. International Journal of Information Technologies and Systems Approach, 16(3), 1–13.
- Luis, F. C. (2025, 25 Ekim). Goan Students Redefine Graphic Design With AI Technology. Gomantak Times. <https://www.gomantaktimes.com/news/goa/goan-students-define-graphic-design-with-ai-technology>
- Lynton, N. (1982). Modern Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Massironi, M. (2002). The Psychology Of Graphic Images: Seeing, Drawing, Communicating. Lawrence Erlbaum Associates.
- Meron, Y. (2022). Graphic Design And Artificial Intelligence: Interdisciplinary Challenges For Designers. In DRS Biennial Conference Series (ss. 1–16). Australia: Design Research Society.
- Mirzaei, V. (2025). The Impact Of Artificial Intelligence On Creativity In Graphic Design. Iconic Research and Engineering Journals, 8(7), 494–500.

- Mustafa, B. (2023). The Impact Of Artificial Intelligence On The Graphic Design Industry. *Social Science Journal*, 1–9.
- Orman, B. (2013). Art Nouveau & Gaudí: The Way Of Nature. *JCCC Honors Journal*, 4(1), 1–12.
- Özdemir, A. (2022). Bilgisayar Destekli Tasarım ve Tasarımcı. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(4), 2562–2571.
- Özderin, S. (2019). Grafik Tasarım Eğitiminde Akademik İlkeler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 517–532.
- Patil, A. A. (2023). Artificial Intelligence In Graphic Design (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pratt Institute, MFA Communication Design.
- Rezk, S. M. (2023). The Role Of Artificial Intelligence In Graphic Design. *Journal of Art, Design and Music*, 1–12.
- Sönmez, Ü. (2024). Grafik Tasarım Tarihinde Teknolojik İlerlemeler ve Yapay Zekânın Yaratıcılığa Etkileri. *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(9), 37–43.
- Sarıkavak, N. K. (2025, 20 Eylül). Grafik Tasarım Eğitiminin Geleceğine Bir Bakış. *Sanat Yazıları*. [http://sanatyazilari.hacettepe.edu.tr/img/135052232015\\_\\_4074212909i.pdf](http://sanatyazilari.hacettepe.edu.tr/img/135052232015__4074212909i.pdf)
- Şahin, T. E. (1999). *Sanat Tarihi*. İstanbul: Serhat Yayınları.
- Şekerli, T., & Türker, Ç. (2024). Grafik Tasarım Pratiğinde Üretken Yapay Zekânın Etkinliği Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Computational Design*, 5(1), 105–138.
- Tanrıkulu, M. (2023). Grafik Tasarımda Yenilik ve Direnç. In D. Aslan (Ed.), *Grafik Tasarım Üzerine Güncel Okumalar* (ss. 29–43). Gaziantep: Özgür Yayınları.
- TDK. (1983). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TTK Basımevi.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Tasarım*. Ankara: Detay Sistem Ofset.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga* (S. Yeniçeri, Çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Tomić, I., Jurić, I., Dedijer, S., & Adamović, S. (2023). Artificial Intelligence In Graphic Design. In *Proceedings of the 54th Annual Scientific Conference of the International Circle of Educational Institutes of Graphic-Media Technology and Management* (ss. 85–93). Wuppertal, Germany.
- Tuzcu, T. İ. (2017). Grafik Tasarımda Bilgi Birikiminin İnovasyona ve Sektöre Etkisi. *Ulakbilge*, 5(16), 1663–1675.

Ülger, K. (2020). Grafik Tasarım Öğretiminde Yeni Yöntem Arayışı. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 26(45), 570–579.

Wood, L. A., & Kroger, R. O. (2000). Doing Discourse Analysis: Methods For Studying Action In Talk And Text. London: Sage.

Yıldırım Ceviz, D. (2022). Sergileme Tasarımı Bağlamında Küratör Olarak Grafik Tasarımcı. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Yıldırım, D., & Akman, M. (2023). Düünden Bugüne Grafik Tasarım Mesleği ve İsimlendirme Sorunsalına Bakış. MUJAD Marmara Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 14(1), 103–120.

Yanık, H. (2008). Masaüstü Yayıncılık. İstanbul: Dönence Basım ve Yayın

Bu makale iThenticate intihal tespit yazılımıyla taranmıştır. / This article has been scanned by iThenticate plagiarism detection software.

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur. / In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

Araştırma tek yazar tarafından yürütülmüştür (Katkı Oranı: %100). / The research was conducted by one author (Author Contribution: 100%).

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır. / There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.