

KULLANICI DENEYİM TASARIMINDA YAPAY ZEKÂ: FIRSATLAR VE ZORLUKLAR

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN USER EXPERIENCE DESIGN: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Ezgi ŞEN ATİKER*

Öz

Teknolojik gelişmelerin yaratıcı sektörlerde daha etkin bir biçimde yer alması, bu alanlarda köklü paradigma değişimlerini de beraberinde getirmiştir. Bu dönüşümün odak noktalarından biri olan kullanıcı deneyimi tasarımı, bireylerin bir ürün, hizmet veya sistemle kurduğu etkileşimin tüm boyutlarını kapsamaktadır. Burada yalnızca işlevsel özelliklerden değil, aynı zamanda kullanıcıların yaşadığı fiziksel ve duygusal deneyimlerden de bahsetmek mümkündür. Son yıllarda yapay zekâ teknolojilerinin kullanıcı deneyimi tasarımına entegrasyonu, bu alanda önemli fırsatların yanı sıra çeşitli zorlukları da beraberinde getirmiştir.

Bu çalışma, yapay zekânın kullanıcı deneyimi tasarımındaki rolünü inceleyerek alana ilişkin kavramsal bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak sistematik kaynak incelemesi yapılmıştır. Elde edilen bulgularda, yapay zekânın kullanıcı deneyimi tasarımında kişiselleştirme kavramını öne çıkardığı, artık veri odaklı tasarım ile deneyim alanlarının yeniden şekillendiği görülmüştür. Bu durum mevcut yapay zekâ sorunlarına (etik, algoritmik önyargı, veri gizliliği vb.) karşı önlem alınmasını da zorunlu kılmıştır. Araştırmada kullanıcı deneyimi tasarımı alanındaki mesleki potansiyellere de değinilmiş, geleceğe yönelik önerilerde de bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, Kullanıcı deneyimi tasarımı (UX), İnsan Merkezli Tasarım.

Abstract

The increased penetration of technological advancements in creative industries has brought about radical paradigm shifts in these fields. User experience design (UX), one of the focal points of this transformation, encompasses all aspects of how individuals interact with a product, service, or system. This encompasses not only functional features but also the physical and emotional experiences users experience. The integration of artificial intelligence technologies into user experience design in recent years has brought about significant opportunities but also challenges in this field.

This study aims to provide a conceptual framework for the field by examining the role of artificial intelligence in user experience design. A systematic literature review was conducted using qualitative research methods. The findings revealed that artificial intelligence has brought the concept of hyper-personalization (AI-Driven Hyper-Personalization) to the forefront in user experience design, and that experience domains are now being reshaped by data-driven design. This has necessitated taking measures against existing AI challenges (ethics, algorithmic bias, data privacy, etc.). In the research, professional potentials in the field of user experience design were also discussed and suggestions for the future were made.

Keywords: Artificial intelligence, User Experience Design (UX), Human-Centered Design.



ALTI AYDA BİR YAYIMLANAN ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGI

DOI: 10.5281/zenodo.18267029

Geliş Tarihi / Received

16.11.2025

Kabul Tarihi / Accepted

15.01.2026

Yayın Tarihi / Publication Date

22.01.2026

Sorumlu Yazar/Corresponding author

E-mail:

ezgi.senatiker@comu.edu.tr

Cite this article: Şen Atiker, E. (2026).

Kullanıcı Deneyim Tasarımında Yapay

Zekâ: Fırsatlar ve Zorluklar, *D-Sanat*,

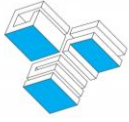
Ahmet Yakupoğlu Özel Sayısı, 103-

110.



Content of this journal is licensed under
a Creative Commons Attribution-
Noncommercial 4.0 International
License.

* Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ezgi.senatiker@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2886-7098.

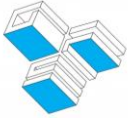


Giriş

Kullanıcı deneyimi tasarımı en temelde ideal deneyimi tasarlamakla ilişkilidir. Bu deneyim kullanıcının bir ürün veya hizmetle yaşayacağı deneyimin olumlu olmasıyla doğru orantılıdır. Özellikle web ve mobil teknolojilerin evrimiyle birlikte, kullanıcı deneyim tasarımları da kullanıcı için daha etkileşimli ve kişiselleştirilmiş hale getirilmeye başlanmıştır. Kullanıcı merkezli dijital deneyimlerin geliştirilmesi özellikle memnuniyet ve kullanılabilirliği artırmaya odaklanan kullanıcı deneyimi (UX) alanını yaratmıştır. Bu alandaki yapay zekâ entegrasyonu, kullanıcı deneyimi tasarımı çerçevelerini yeniden şekillendirme ve kullanıcı merkezli tasarıma yönelik yaklaşımlarda devrim yaratma vaadinde bulunan dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma, yapay zekâ ve kullanıcı deneyimi tasarımı arasındaki ilişkiyi, bu alandaki potansiyellere ve risklere odaklanarak araştırmaktadır. Yapay zekâ destekli araçlar ve teknikler, kullanıcı ihtiyaçlarını anlamaktan hızla prototip oluşturmaya ve çözümleri yinelenmeli olarak test etmeye kadar birçok potansiyel göstermektedir. Bununla birlikte veri güvenliği, gizlilik, algoritmik ön yargılar gibi riskleri, sorumlu yapay zekâya ilişkin zorlukları da içerisinde barındırmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, alandaki boşlukları tespit edip keşfetmek, gelecek araştırmalar için alan tanımlamak adına sistematik literatür taraması kullanılmıştır. Araştırmada kullanıcı deneyim tasarımında potansiyeller ve riskler nelerdir? sorusuna odaklanılmış, yapay zekâ ve kullanıcı deneyimi konularına göre Google Akademik ve WoS veri tabanları taranmıştır. Arama kriterleri olarak başlıklar ve özetler dikkate alınmıştır. Veri matrisine yalnızca Türkçe ve İngilizce araştırma makaleleri dahil edilmiştir. İnceleme sürecinde dergi makaleleri dahil edilmiş yayınlanmamış çalışmalar ve grafik tasarım alanı dışındaki odaklar dışlanmıştır. İlk aşamada veri tabanı araması yoluyla belirlenen çalışma sayısı Google Akademik 29, WoS ise 8 dir. Dahil etme kriterleri olan başlık, anahtar kelimeler ve çalışmanın amacının karşılanmadığı belirlenen çalışmalar elenmiştir. Araştırma 2025 tarihine kadar yapay zekâ ve kullanıcı deneyimi konusunu potansiyeller ve riskler ekseninde ele alan çalışmalarla sınırlandırılmıştır. Seçme ve filtreleme süreciyle 37 araştırma makalesinden 13 makale incelenmiş, bulgular kullanıcı merkezli tasarım geliştirme süreci temelinde sentezlenmiştir.

1. Kullanıcı deneyimi tasarımında (UX) Yapay zekâ

Kullanıcı deneyimi tasarımı literatürde birçok başlık altında ele alınmış ve ilk olarak 1993 yılında Don Norman tarafından bahsedilmiştir (Lew&Schumacher, 2020). Kullanıcı deneyimi (UX) bir kişinin ürün, sistem veya hizmetin kullanımında veya beklenen kullanımından kaynaklanan algıları ve tepkileri olarak tanımlanmaktadır (IXDF, 2016). Zamanla birçok tasarımcı ve bilim insanı tarafından ele alınan kullanıcı deneyimi tasarımı temelde çok boyutlu ve disiplinler arası bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda kullanıcı deneyimi tasarımı sürecine destek olmak için birçok uygulama geliştirilmiştir. Beyin fırtınası yapmak (Miro uygulaması), prototipleme (Figma uygulaması) ya da kullanıcı testi yapmak için geliştirilen uygulamalar zamanla yapay zekâ entegrasyonu ile daha geniş kitlelerin kullanım alanına girmiştir. Günümüzde kullanıcı deneyimi ve yapay zekâ arasındaki etkileşim, teknoloji dünyasını dönüştüren ve kullanıcı odaklı sistemlerin tasarımında devrim yaratan kritik bir alan haline gelmiştir (Virvou, 2023). Kullanıcı deneyimi tasarımında yapay zekânın etkileri belirli başlıklar halinde incelenebilir. Bunlardan ilki kişiselleştirme. Yapay zekâ ara yüzleri, içerikleri ve özellikleri kişiselleştirmek için kullanıcı verilerini analiz eder ve öneri sistemleri oluşturur, içerik tercihlerini bireysel düzeyde optimize eder



(Pahonçu & Enache, 2024). Buna ilişkin ilk örneklerden biri Netflix'tir. Netflix uygulamasında aynı dizi/filmin tasarımları kullanıcıların kişisel tercihlerine göre farklı tasarımlar olarak gösterilmektedir. Yapay zekâ milyonlarca görselin arasından kullanıcıların en fazla dikkatini çekebilecek olanları belirleyerek afiş tasarımları oluşturmaktadır (Şen ve Atiker, 2020: 3949).

Netflix kullanıcıların izleme geçmişine, tercih ettikleri türlere ve belirli bir videoda harcanan zamana göre film ve diziler önermektedir. Öneri motorunun platformda görüntülenen içeriğin %80'den fazlasından sorumlu olduğu bildirilmektedir (Gómez-Urbe & Hunt, 2016). Yapay zekâ algoritmaları, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerini ve tercihlerini analiz ederek, her kullanıcıya özel içerik, öneri ve ara yüz sunabilir. Bu, kullanıcının deneyimini iyileştirir ve etkileşimi artırır. Müzik uygulaması olan Spotify'da da benzer durum görülmektedir. Kullanıcının çalma listesi analiz edilerek onun müzik zevkine uygun öneriler yapay zekâ tarafından sunulmaktadır. Bu algoritmalar, kullanıcıların daha az çabayla istedikleri içeriğe ulaşmalarını sağlamakta ve deneyimi daha akıcı ve tatmin edici hâle getirmektedir. Son yıllarda ise, yapay zekânın bu alandaki hızlı ivmesi yapay zekâ destekli hiper-kişiselleştirme (AI-driven Hyper-Personalization) kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu kavram, klasik kişiselleştirmenin (örneğin; bir alışveriş sitesinde daha önce aldığın ürünlere benzer öneriler sunulması) ötesine geçmektedir. Gerçek zamanlı veriler, kullanıcı davranışları, bağlam (konum, zaman, hava durumu vb.) ve bireysel tercihler yapay zekâ algoritmaları tarafından analiz edilerek, her kullanıcıya tamamen kendine özgü deneyimler sunulmaktadır. Hiper-kişiselleştirme; e-ticaret alanında kullanıcının daha önceki alışverişleri, anlık gezinme davranışı ve hatta bulunduğu şehirdeki hava durumuna göre ürün önerilmesini içerirken, sağlık alanında kişinin genetik verileri, yaşam tarzı ve günlük aktivite takibine göre kişisel beslenme veya egzersiz önerileri sunmaktadır. Eğitim alanında öğrencinin öğrenme hızına ve hatalarına göre anlık olarak ders içeriğinin uyarlanması da buna örnek gösterilebilir. Kişiselleştirme ve hiper-kişiselleştirme arasındaki temel fark; kişiselleştirme (personalization) benzer gruplara aynı önerileri sunarken (*benzer ürünlere bakmıştın, işte sana öneriler*), hiper-kişiselleştirme (hyper-Personalization) anlık bulunulan konuma, ruh haline, tercihlere ve geçmiş davranışlara göre ürün/hizmet önermektir. Yapay zekâ kullanıcıyı "birey" olarak görür gerçek zamanlı, bağlamsal ve tamamen kişiye özgü deneyimler sunmaktadır.

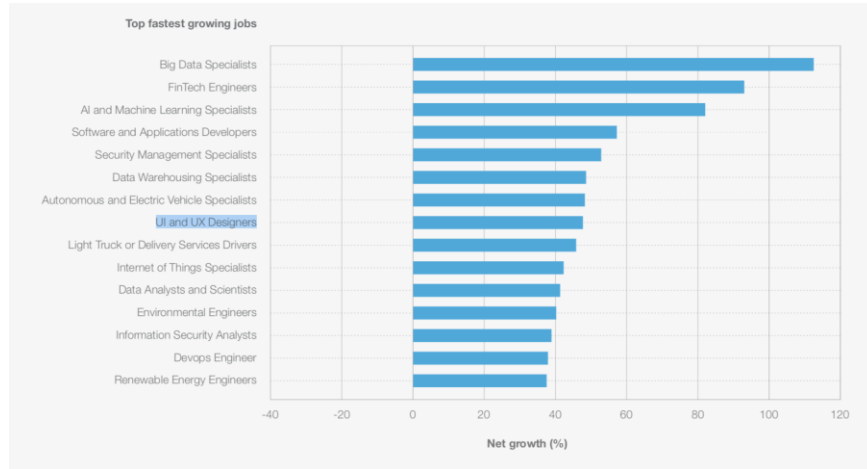
Yapay zekânın kullanıcı deneyiminde yer aldığı bir diğer alan ise sistem ve kullanıcı ilişkisidir. Yapay zekâ sohbet robotlarını, sesli asistanları ve sanal temsilcilerin (Google Asistan, Siri, Alexa vb.) etkileşimleri doğal, yardımcı ve sezgisel olmasını sağlar. Sezgisel etkileşim kullanıcı işlemlerinde sorunsuz bir deneyim sağlamayı amaçlayarak karmaşıklığı azaltmayı hedeflemektedir. Erişebilirlik ise, yapay zekâ teknolojisine herkesin erişebilirliğinin sağlanması ve uygulamaların kapsayıcılığını ifade etmektedir. Engelli bireyler için bir ekran okuyucu entegrasyonu, görme engelli kişilerin ekranda görüntülenen metinleri konuşmaya çevirmesine yardımcı olurken, otomatik altyazı ve çeviriler kullanıcıların istedikleri dilde içerik almasını sağlamaktadır (Moran, 2016). Akıllı otomasyon sayesinde yapay zekâ, kullanıcı ihtiyaçlarını (otomatik öneriler, akıllı e-posta yanıtları) tahmin ederek bilişsel yükü azaltır ve kullanılabilirliği iyileştirmektedir. Tasarımcılar özellikle veri odaklı tasarım ile kullanıcıların davranış kalıplarını analiz edebilir ve gerçek kullanım verileriyle daha iyi kararlar alabilmektedir.

Kullanıcı verilerinin gerçek zamanlı olarak analiz edilmesi, tasarımcıların kullanıcı davranışlarını daha iyi anlamasını ve trendleri öngörmesini sağlar. Bu da tasarım sürecinde daha bilinçli kararlar alınmasına katkıda bulunurken tasarım süreçlerinde doğru stratejilerin belirlenmesine yardımcı olur.

Kişiselleştirilmiş deneyimler, kullanıcıların platformla daha uzun süre etkileşimde bulunmasını teşvik eder.

1.1. Mesleki ve Teknik Potansiyeller

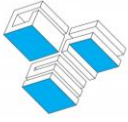
Yapay zekânın yaratıcılık gerektiren alanlardaki varlığı birçok endişeyi de beraberinde getirmiştir. Bu endişelerin başında yapay zekânın sektörleri doğrudan etkileme gücü ve iş alanlarındaki yansımaları olmuştur. Dünya Ekonomik Forumunun Ocak 2025 yılındaki verilerine göre, en hızlı yükselen meslek alanlarından biri kullanıcı deneyim tasarımcılığı olmuştur (Görsel 1). Yapay zekâ araçlarının hızla gündelik yaşam pratiklerine entegre olması geleneksel ara yüzlerin aksine etkileşimli bir kullanıcı deneyimi ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu durum iş alanlarında çeşitli potansiyelleri yaratmaktadır.



Görsel 1. World Economic Forum verilerine göre en hızlı büyümeye sahip iş alanları, 2025

Kullanıcı deneyimi ve arayüz tasarımcıları artık yapay zekâ destekli sistemleri yöneten, test eden ve etik sınırlarını belirleyen uzmanlara dönüşme sürecindedir. Yapay zekâ araştırma (kullanıcı testleri, anket analizleri), prototipleme ve içerik üretiminde destek sağlarken; tasarımcı insan merkezli vizyonu koruması adına merkezde yer almaya devam etmektedir. Örneğin Figma ve Maze gibi araçların yapay zekâ entegrasyonları tasarım sürecini hızlandırırsa da hâlâ insanın estetik ve etik yönlendirmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Yapay zekâ ile birlikte insanın özgünlüğü ve empatisinin hala merkezde kaldığını söylemek mümkündür (Li, vd. 2024). Kullanıcı deneyimi tasarımı mesleğinin geleceğinde; teknolojiyle iş birliği yapan, veri ve etik okuryazarlığı yüksek, çok disiplinli ve stratejik karar verici tasarımcılara ihtiyaç duyulacağı açıktır.

Teknik potansiyeller incelendiğinde, yapay zekâ uygulamalarındaki sanal asistanların ve sohbet robotlarının kullanıcı deneyimi tasarımına dahil edilmesi, kullanıcı deneyimi tasarımında yapay zekânın doğal dil işleme özelliğinden yararlanarak kullanıcıların daha iyi bir deneyim yaşamaları sağlanabilmektedir. Doğal dil destekli ara yüz tasarımları insanların yapay zekâ ile kendilerine doğal gelen bir şekilde etkileşime girmelerine izin verecektir. Yapay zekâ destekli araçlar özellikle kullanıcı deneyimi alanında el işi yöntemlerle geliştirilen prototipleri hızla dönüştürmüştür. Kullanıcı testleri,



kullanım verileri, dijital prototipler bu süreçteki tasarımları ve kullanılabilirliği hızla değiştirmiştir. Özellikle kullanıcı merkezli tasarım süreçlerinde kullanıcılar sadece ürün/hizmetin bir öznesi değil aynı zamanda ortağı konumunda olmaya başlamıştır. Hedef kitle/kullanıcı tercihleri ve geri bildirimler bu süreci doğrudan etkileme gücüne ulaşmıştır. Ayrıca prototipleme ve görsel çerçeve (wireframe) oluşturmada bazı uygulamalar öne çıkmaktadır. Figma uygulaması yapay zekâ destekli eklentileriyle çeşitli varyasyonların üretiminde tasarımcılara yardımcı olmaktadır. İş akışlarını düzenleme, fikir ve prototip aşamaları da buna dahildir.

Yapay zekâ destekli kullanıcı araştırmaları ve test uygulamaları kullanıcı geri bildirimlerini analiz etme, iç görüler ortaya koyma doğal dil işleme gibi kullanıcı deneyimi tasarımındaki önemli noktaları belirlemede yardımcı olmaktadır. Kullanıcı deneyimi araştırma platformu Qualtrics AI bunlardan biridir. Tüketici davranış tahminleri, geri bildirimlerin eylem planına dönüştürülmesi, iş akış (workflow) otomasyonları ve yapay zekâ destekli doğal dil işleme özellikleri uygulamanın bir parçasıdır.

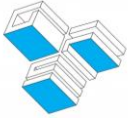
Veri analizi ve iç görü araçları kullanıcı deneyimi tasarımcıları için karmaşık görevleri basitleştiren/otomatikleştiren yapay zekâ (makine öğrenmesi) teknolojileridir. Davranış eğilimleri, öngörü analizleri, anormallik tespiti gibi kullanıcı verilerine ilişkin iç görüler tasarımcıların deneyim oluştururken daha bilinçli ve veri odaklı kararlar almasına yardımcı olabilmektedir. Yapay zekâ, kullanıcı deneyimi tasarımı el işi yöntemlerle yinelenmeli bir süreçten dinamik, veri odaklı bir disipline dönüştürmektedir. Kullanıcı deneyim tasarımcıları çalıştıkları uygulamaları test etmek (harekete geçirici ara yüzler vb.) için yapay zekâyı kullanabilir. Algoritmalar, kullanıcı bildirimlerini/etkileşimlerini analiz ederek tasarımcının ideal sonuca ulaşması için çalışmaktadır. Yapay zekâ kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarına yönelik anlayış oluşturmak için verileri işleyerek ölçeklendirmektedir. Kullanıcıların satın alma alışkanlıkları ve ileriye dönük iç görülerle (gelecekte hangi ürünleri arayabilir ya da ihtiyaç duyabilir) kişiselleştirilmiş deneyim tasarımlarına destek olabilmektedir.

1.2. Zorluklar ve Önlemler

Yapay zekânın kullanıcı deneyimi tasarımı çok fazla veri ile çalışması veri gizliliği ve güvenliği konusunu öne çıkarmaktadır. Bu alanda çalışan kişi/grupların kullanıcı verilerini güvende tutmanın yanı sıra aynı zamanda şeffaflık ilkesiyle çalışmaları gerekmektedir. Mobil ve web uygulamalarda verilen nasıl korunduğu, neden ihtiyaç duyulduğuna dair kullanıcılara bilgiler verilmeli bu politikalara ulaşmaları sağlanmalıdır. Ayrıca kullanıcı verilerinin kullanılmasında izin alınmalı kullanıcılara seçim hakkı tanınmalıdır. Bu durum kullanıcı güveni oluşturmada da önemli bir yer tutmaktadır.

1.2.1. Gizlilik ve Veri Güvenliği

Veri, kullanıcı deneyimi tasarımı ve insan davranışını yönlendirmede önemli bir konuma sahiptir. Gizlilik ve veri güvenliği insanların dahil olduğu herhangi bir teknolojinin geliştirilmesinde ve kabul edilip benimsenmesinde büyük rol oynamaktadır. Gizlilik ve güvenliğin yanı sıra etik de insan davranışını yöneten ve kullanıcıların teknolojiyi kabulünü etkileyen ahlaki ilkeler, normlar ve değerler açısından etkili bir mekanizmadır (Tsalikis & Fritzsche, 1989). Güvenlik, adalet, hesap verebilirlik, önyargı, şeffaflık ve açıklanabilirlik gibi hayati etik hususlar, yapay zekânın teknolojik kabulünü belirlemektedir. (Choung vd., 2022). Bu nedenle, yapay zekâ teknolojilerinin gizlilik ilkelerine uyması ve ortak iyiliği teşvik etmesi sağlanmalıdır. Etik endişelerin tanınması, aynı



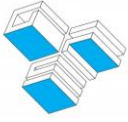
zamanda güvenilir yapay zekâ alanında araştırma ve pratik uygulamalar için teorik bir temel oluşturmaktadır. Kullanıcı deneyimi tasarımında verilerin toplanması ve analiz edilmesi, güvenlik ve gizlilik endişelerini beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, şeffaflık ve veri koruma önlemleri kritik öneme sahiptir. Yapay zekâ tarafından kullanılan verilerin çoğunlukla kullanıcıların kişisel ve özel verilerini içerdiği açıktır. Kullanıcıların yapay zekâ araçlarıyla etkileşime girmeden önce bilinçlendirilmesi bu alandaki ihtiyaçların başında gelmektedir. Yapay zekâ doğası gereği etik ve doğruluk kavramlarını anlayamayabilir ve çoğunlukla toplumun ve beslendiği verinin önyargı ve kalıp yargılarını taşıyabilir.

Günümüzde sorumlu yapay zekânın geliştirilip yaygınlaştırılması önemlidir. Sorumlu yapay zekâ (etik veya güvenilir yapay zekâ), geliştiricilerin makinelerin eylemleri ve kararları için sorumluluk almalarıdır. Yapay zekânın sorumlu bir şekilde geliştirilmesi ve kullanılması ilgili kişi ve kuruluşlardan daha fazla sorumluluk ve hesap verebilirlik anlamına gelmektedir (Şen Atiker, 2024: 135). Bu alana ilişkin çalışmalar (teknik ve hukuki) henüz tamamlanmamış yürürlüğe girmemiştir. Kullanıcılar çoğunlukla yapay zekânın iç işleyişi hakkında bilgi sahibi değildir. Tasarımcılar kullanıcı deneyimi tasarımlarında özellikle yapay zekâ ile standartlaştırılmış etik kurallar olmadığından yeni araçlara ve metodolojilere ihtiyaç duymaktadır.

1.2.2. Algoritmik Önyargılar

Yapay zekâ sistemlerinde kullanılan verilerin taraflı olması durumunda önyargılı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu durum, kullanıcı deneyimini de olumsuz etkileyebilmektedir. Yapay zekâ sistemlerinde önyargı, toplumun bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Önyargı, kalıp yargı ve ayrımcılık toplumdaki sosyal, psikolojik ve kültürel dinamiklerin yapay zekâ eğitimindeki verilere yansımasıdır. Algoritmaların çoğunlukla tarafsız ve rasyonel olması beklenmektedir. Fakat insanlar tarafından geliştirilen ve yine insana ait verilerle eğitilen bir yapay zekânın tarafsız olması mümkün olmayabilir. İnsanın karar alma süreçlerindeki ön yargıları makinelere de aktarılabilir.

Tasarlanan uygulamaların ve deneyimlerin tarafsız ve erişilebilir olması gerekmektedir. Bir uygulamada kullanılan yüz tanıma özelliğinin sorunsuz çalışması kullanıcı deneyimi çerçevesinde önemlidir. Fakat bir kullanıcının ten renginin uygulama tarafından anlaşılamaması ya da uygulamanın çalışmaması olumsuz bir deneyimin habercisidir. Yüz tanıma algoritmaları yüksek sınıflandırma doğruluğuna sahiptir, ancak bu sonuçlar evrensel değildir. Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (NIST) tarafından yapılan bağımsız değerlendirme, bu çalışmaları doğrulamış ve 189 algoritmadaki yüz tanıma teknolojilerinin farklı ten rengine sahip kadınlarda en az doğruluğa sahip olduğunu bulmuştur (Harvard University, 2020). Kullanıcı deneyimini olumsuz etkileme gücüne sahip bir diğer konu ise dil eşitsizliğidir. Dil modellerinin büyük çoğunluğu şu anda birkaç dil için optimize edilmiştir. Yapay zekânın İngilizce olmayan ve azınlık dillerini kapsayabilen modellerinin kullanılabilirliğinde hala bir boşluk vardır ve bunu başaranlar genellikle bu diller için İngilizceye kıyasla o kadar yüksek performans gösterememektedir (Cohere for Ai, 2024). Yapay zekânın sohbet robotlarının sınırlı sayıda dilde eğitilmesi ve dil eğitimindeki sınır dijital kaynakların dünyanın tüm bölgelerine eşit bir şekilde dağılmasını olumsuz etkilemektedir. Bunun temel nedenlerinden birinin teknoloji geliştirici ülkelerin çoğunlukla kendi dillerinde yapay zekâyı eğiterek geliştirmeleridir. Çeşitli kültürlerin ve coğrafyaların tarihleri ve kültürel özellikleri dijital kaynak ve uygulamalarda teknoloji geliştiricilerinin izin verdiği ölçüde yer alabilir. Eğer tüm kültürel ve tarihi arşiviniz İngilizce değilse yapay zekâ destekli uygulamalarda kendi kültürünüze ait bilgiler, görsel ve işitsel öğeleri bulmanız oldukça zor olacaktır.



Sonuç ve Öneriler

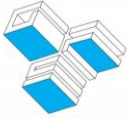
Kullanıcı deneyimi tasarımı yapay zekânın bazı potansiyellere ve risklere sahip olduğu açıktır. Özellikle ekranlarla iletişim kurduğumuz günümüz dünyasında yapay zekâ destekli uygulamalar empatinin ve duygusal zekânın önemini vurgulamaktadır. Bu, geleceğin mesleklerinde de kullanıcı deneyimi tasarımının hızlı yükselişinin sinyallerini bizlere vermektedir. İnsan yapay zekâ iş birliği daha gelişmiş bir kullanıcı deneyiminin kapılarını aralamaktadır. Buradaki önemli noktalardan biri şeffaf ve sorumlu yapay zekânın artık dünyada hızla artmasının gerekliliğidir. Kullanıcılar ve tasarımcılar yapay zekâyı ilişkin bilgi sahibi olmalıdır. Son yıllarda hızla gelişen ve ilerleyen yapay zekâ şu an güven duymak için elverişli değildir. Şeffaflık ve hesap verebilirlikten uzak işleyen süreçler bunun en somut örneğidir. Kullanıcı deneyimi tasarımı ön yargılar, dil eşitsizlikleri yapay zekânın bu süreçteki zorluklarından birini oluşturmaktadır. Kullanıcı hangi din, dil, ırk ve cinsiyete sahip olursa olsun eşit deneyim alanına sahip olmalıdır. Bugün hala yapay zekânın belirli ırk ve dillerde problemler yarattığı görülmektedir. Tüm bunlar iyileştirilmeli ve dijital dünyada evrensel değerler ve kapsayıcılık kavramları öne çıkmalıdır.

Yapay zekâ çözümlerinin kullanıcı deneyim tasarımcılarının ihtiyaçlarına ve hedeflerine göre uyarlanması gerekmektedir. Tüm kullanıcı deneyimi süreçleri yapay zekâyı bırakılmamalı bu süreçte empati ve insan iç görüşü sürdürülmelidir. İnsan dokunuşunun korunması burada yine öne çıkmaktadır. Yapay zekânın geliştirilme sürecine kullanıcı deneyim tasarımcılarının da dahil edilmesi kullanıcıya rehberlik etmek için önemlidir. Yapay zekâ araçlarını kullanırken kullanıcı deneyimini olumlu olmasını sağlamak için kullanıcılara genel bir açıklama ve kullanım talimatları sunulması gerekmektedir. Yapay zekâ tüm kullanıcı deneyimi tasarımı sürecini otomatikleştirmek için kullanılmamalıdır. Aksine tasarımcılar yapay zekâ üzerine eğitimler almalı (veri okuryazarlığı) ve tasarım sürecini daha doğru ve kolay hale nasıl getirebilecekleri üzerine yoğunlaşmalıdır.

Kullanıcı deneyimi tasarımı insan deneyimleri ile şekillenir. Bu bağlamda insan faktörü oldukça önemlidir. Kullanıcı deneyim tasarımcısının rolü, yapay zekâ girdisini ve iç görülerini yorumlamak ve filtrelemektir; ayrıca bunları gerçek kullanıcı araştırmalarıyla birleştirmektir. Doğru dengeyi sağlamak burada oldukça önemlidir. Yapay zekâdan yararlanırken temel insani dokunuşu korumak, teknolojiden uzaklaşmaktan çok kullanıcı deneyiminin geliştirilmesini sağlayacaktır. Yapay zekâyı kullanıcı deneyimi tasarımı entegre bir şekilde kullanabilen tasarımcılar işlerinde başarı ve istikrar sağlayacaktır. Günümüz dünyasında yapay zekâ alanında uzmanlık elde etmek isteğe bağlı olmaktan hızla uzaklaşmaktadır.

Kaynakça

- Choung, H., David, P., & Ross, A. (2022). Trust in AI and its role in the acceptance of AI technologies. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39 (3), 1–13.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2050543>
- Gómez-Urbe, C. A., & Hunt, N. (2015). The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 6(4), Article 13. <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Li, J., Cao, C. H., Lin, L., Hou, Y., Zhu, R., & El Ali, A. (2024). User experience design professionals' perceptions of generative artificial intelligence. In *Proceedings of the 2024 CHI Conference*



on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '24).

<https://doi.org/10.1145/3613904.3642114>

Pahonçu, D.-C., & Enache, E.-Ş. (2024). An overview of AI-driven recommendation systems: Enhancing personalization & user experience (Qualitative Study). *Student Thinkers and Advanced Research*, 3(2). <https://opaci.org/star/article/view/539>

Şen, E. & Atiker, B. (2020). Grafik tasarım uygulamalarında yeni bir aktör: Yapay zekâ. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(63), 3946-3957
<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2250>

Şen Atiker, E. (2024). Güzel Sanatlar Ekseninde Sorumlu Yapay Zekâ: Potansiyel Riskler ve Etik Boyutlar. *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 129-137 doi: 10.47613/reflektif.2024.149

Tsalikis, J., & Fritzsche, D. J. (1989). Business ethics: A literature review with a focus on marketing ethics. *Journal of Business Ethics*, 8(10), 695–743. <https://doi.org/10.1007/BF00384207>

Virvou, M. (2023). Artificial intelligence and user experience in reciprocity: Contributions and state of the art. *Intelligent Decision Technologies*, 17(1), 73-125.
<https://doi.org/10.3233/IDT-230092>

İnternet Kaynakları

Cohere For Ai. (2024). Policy Primer: The AI Language Gap, <https://cohere.com/research/papers/the-ai-language-gap.pdf> Erişim tarihi: 22.08.2025

Harvard University. (2020). Racial Discrimination in Face Recognition Technology. Harvard Griffin GSAS Science Policy Group. <https://projects.iq.harvard.edu/sciencepolicy/blog/racial-discrimination-face-recognition-technology> Erişim tarihi: 02.01.2024

Moran, T. P. (2016). Navigating the digital landscape: Assistive technologies in digital environments. *Journal of Usability Studies*, 11(2), 85-92. Retrieved fr Retrieved from <https://uxpajournal.org/> Erişim tarihi: 12.03.2022

Interaction Design Foundation (IxDF). (2016) What is user experience (UX) design? Interaction Design Foundation (IxDF). <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design> Erişim tarihi: 20.11.2024

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. World Economic Forum <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/>.