

YAPAY ZEKANIN GRAFİK TASARIM ALANINDA KULLANIMI VE ETİK SORUNLAR

Araş. Gör. Hacer Özyanıkoğlu

Kapadokya Üniversitesi, Mimarlık, Tasarım ve Güzel
Sanatlar Fakültesi

hacerozyanikoglu@gmail.com

0000-0003-2099-1908

Özet

Grafik tasarım yaşadığımız çağda bir fikri veya bir mesajı estetik bir biçimde toplumla paylaşmanın bir yoludur. Üretim süreci içinde toplumla kurulan ilişki bağlamında çeşitli etik yaklaşımlar bulunmaktadır. Bir tasarımcının meslektaşlarına karşı, topluma karşı, kendisine karşı ve müşterisine karşı etik sorumluluklarını yerine getirmesi gerekmektedir. Çünkü, ancak bu şekilde tasarımcının ortaya koyduğu üretim insan onuruna yakışır şekilde etik çerçeveye oturtulabilmektedir. Yapay zekâ uygulamaları her alanda olduğu gibi Grafik Tasarım alanında da sıklıkla kullanılmaktadır. Bu uygulamalar tasarımcılara zaman tasarrufu, yaratıcılık, içerik üretimi desteği, renk, uyum ve hedef kitle analizi gibi kolaylıklar sağlıyor olsa da üretilen tasarımların etik boyutu noktasında endişeler bulunmaktadır. Araştırma kapsamında, yapay zekanın grafik tasarım süreçlerine olan etkisi ve bu etkinin etik düşüncelerle nasıl sorun haline gelebileceği mercek altına alınacaktır. Yaratıcılığın ve teknolojinin bu önemli kesişim noktasında, insan ve makine arasındaki dengeyi sağlamanın etik boyutları, yapılan tasarımların kullanıcılar ve toplum üzerindeki etkisi ve tasarım süreçlerinde etik düşünceleri nasıl önceliklendirilebileceği ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışma kapsamında grafik tasarım alanında kullanılan uygulamalardan birkaçı incelenerek, bu uygulamaların doğurabileceği etik sorunlar gündeme getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Grafik Tasarım, Etik, Grafik Tasarım Etiği

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN GRAPHIC DESIGN AND ETHICAL ISSUES

ABSTRACT

Graphic design is a way of aesthetically communicating an idea or a message to society in the age we live in. Different ethical approaches are used in the context of the relationship with society in the production process. A designer must fulfil his/her ethical responsibilities to his/her colleagues, to society, to him/herself and to the client. Only in this way can the designer's production be placed in an ethical framework worthy of human dignity. Artificial intelligence applications are widely used in graphic design, as in any other field. Although these applications provide designers with conveniences such as time saving, creativity, content production support, colour, harmony and audience analysis, there are concerns about the ethical dimension of the designs produced. The research will examine the impact of artificial intelligence on graphic design processes and how this impact can become an ethical issue. At this important intersection of creativity and technology, the research will seek to identify the ethical dimensions of ensuring a balance between man and machine, the impact of designs on users and society, and how ethical considerations can be prioritised in design processes. The study will examine some of the applications used in the field of graphic design and the ethical issues that these applications may raise.

Keywords: Artificial Intelligence, Graphic Design, Ethic, Graphic Design Ethic

1. Giriş

Grafik tasarım, sanat ve teknolojinin kesişiminde insanlığın duygu ve düşüncelerini estetik bir biçimde iletmeye yönelik güçlü bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. İnsan ve toplumsal yaşamla entegre şekilde varlığını sürdüren grafik tasarım alanının ahlaki statü bakımından da kapsamlı mesuliyetlere sahip olduğu aşıkardır. Geleneksel tasarım süreçleri, tasarımcıların yaratıcılığını, estetik duyarlılıklarını ve empati yeteneklerini kullanan, insana dayalı bir süreç olarak bilinirken, son yıllarda yapay zekâ teknolojileri grafik tasarım alanında önemli bir devrim yaratmıştır (Mamdouh, 2023). Dijitalleşme çağında tüm insanların hayatına yön veren yapay zekâ, karmaşık algoritmalar ve büyük veri analitiği ile insan benzeri düşünme yeteneği kazanmaya yönelik bilgisayar sistemlerinin kullanılmasıdır. İnsanların hayatını birçok açıdan kolaylaştıran yapay zekâ uygulamaları toplumsal dönüşüme de katkı sağlamaktadır. Hayatımızın birçok yönüne entegre olarak küresel düzeyde önemli değişikliklere neden olan yapay zekâ uygulamaları; sağlıktan ulaşıma, üretimden güvenliğe, eğitimden eğlenceye kadar birçok sektörü dönüştürmektedir (Yeşilkaya, 2022). Yapılan işlerdeki verimliliğin artması, risk ve alternatiflerin değerlendirilmesi süreçlerinin çok daha hızlı şekilde sağlanması noktasında makine zekasının bu kadar aktif şekilde rol alması yapay zekanın etik perspektifinin ne olacağı konusunda da insanları tedirgin etmektedir. Her geçen gün yeni bir yapay zekâ ürünü piyasaya sürülmektedir. Bu ürünler sanat ve teknoloji alanlarının iç içe var olduğu grafik tasarım alanında da aktif ve hızlı bir ivmeyle gelişimini sürdürmektedir. Yapay zekâ ürünleri tasarım süreçlerinde vakit kazanmak ve yaratıcılığın sınırlarını zorlama gibi konularda tasarımcıların çalışmalarına katkı sağlamaktadır. Fakat, yapay zekanın grafik tasarımda yaygınlaşması ve rolünün artması, yeni soruları ve düşünce süreçlerini de beraberinde getirmektedir. “Grafik tasarım alanındaki etik yaklaşımlar yapay zekâ düzleminde kendine nasıl bir yer bulacaktır? Bu etik kuralların oluşturulmasında nasıl parametreler yer alabilir?” gibi sorular doğrultusunda bu makale hazırlanmıştır.

Bu araştırmada, öncelikle yapay zekâ, grafik tasarım ve etik gibi başlıklar altında kavramsal tanımlamalar yapılmıştır. Ardından grafik tasarım alanında kullanımı, tasarım süreçlerine olan etkisi ve bu etkinin etik düşüncelerle nasıl sorun haline gelebileceği piyasada yer alan uygulamalar bakımından mercek altına alınacaktır. Yaratıcılığın ve teknolojinin bu önemli kesişim noktasında, insan ve makine arasındaki dengeyi sağlamanın etik boyutları, yapılan tasarımların kullanıcılar ve toplum üzerindeki etkisi ve tasarım süreçlerinde etik düşünceleri nasıl önceliklendirilebileceği ortaya konmaya çalışılacaktır.

2. Deneyisel / Kuramsal Çerçeve

2.1. Yapay Zekâ

“Yapay zekâ” kelimesi bugünlerde birçok sektörde gündeme gelmektedir. Kavramı tanımlamaya geçmeden önce, Cambridge British English Dictionary “zekâ” kelimesini “bilgi edinme, anlama ve rasyonel sonuçlar veya fikirler oluşturma kapasitesidir” şeklinde belirtmiştir. Bu anlam, makinelerle öğrenme, dili anlama, verileri analiz etme ve problem çözme gibi insan zihninin sahip olduğu nitelikleri sağlama eğiliminde olan “yapay zekâ” kavramının temelini oluşturmuştur. Bundan hareketle yapay zekâ, insan gibi düşünmek ve hareket etmek üzere tasarlanmış cihazlar tarafından insan aklının taklit edilmesi anlamına gelmektedir (Wohlner, 2023).

Çözüm üretme noktasında iyi bir algoritma üretilmediğimiz zamanlarda bir makine aracılığıyla fikir üretimi gerçekleştirmesi fikri Alan Turing tarafından 1950 yılında yayınlanan *Computing Machinery and Intelligence* adındaki makalede yer almış ve ortaya atılmıştır (Turing, 1950). Yine Turing tarafından yapılan Turing Testi olarak bilinmekte olan, bir makinenin “zekâ” yetisine sahip olup olmadığını test eden bir deney prensibi ortaya konmuştur. Deney kapsamında, bilgisayar, gerçek bir insan olan soru soran kişiyi, bu kişi ile yapmış olduğu konuşma sonrasında bir insan olduğuna inandırabilmesi yer almaktadır.

2.2. Grafik Tasarım ve Etik

Etik; toplumsal ölçekte gerçekleşen davranış, eylem ve bütün bunların biçimlendirilmesinde etkili olan düşünme süreçleriyle ilgili, çok anlamlı ve günümüzde anlamı konusunda karışıklıkların mevcut olduğu bir kavramdır (Dinçeli, 2017). Grafik tasarımda etik, tasarım süreçlerinin ve sonuçlarının toplum, çevre, kültür, kullanıcılar ve diğer paydaşlar üzerindeki etkilerini ve sorumluluklarını değerlendiren bir perspektiftir.

Etik, tasarımın yaratıcılığının yanı sıra sosyal ve kültürel boyutlarını da göz önünde bulundurarak, insan merkezli ve sorumlu bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu ahlaki statü tasarım kararlarına yönelik doğruluk, dürüstlük, saygı, adalet, dâhil edicilik, bilgi ve içeriklerin manipülasyonu olmadan tasarım yapmayı gerektirir. Tasarım sürecinin başından sonuna kadar sürdürülmesi gereken bir diğer yaklaşım da içerikte kullanılacak tüm şekillerin, yazıların ve diğer içeriklerin telif haklarına saygı göstermektir.

Grafik tasarımcı diğer yaratıcıların emek ve haklarına uygun şekilde içerik üretmek zorundadır. Bununla birlikte bir grafik tasarım ürünü hazırlanırken herhangi bir ayırt edicilik güdülmemelidir. Victor Papanek tasarım süreci hakkında genç insanların, toplumu değiştirmek için kullanacakları bir araç haline de gelebilir demiştir (Papanek, 1973). Grafik tasarımcı mesajı kodlarken, sağlık, gıda, barınma, eğitim ve benzer etik değerleri dikkate alırken, insan onuruna aykırı, cinsiyetçi, aşağılayıcı, ırkçı söylemler, halk sağlığı, toplum güvenliği, çevrenin korunması gibi değerler konusunda etik olmak durumdadır (Dursun, 2021). Ek olarak tüm yaşam biçimlerine, toplumsal gruplara, yönelimlere, farklı ırk ve etnik kökenlere, dini ve kültürel öğelere dikkat ederek; insan haklarını ihlal edecek şekilde toplumun herhangi bir kesimini aşağılayacak bir üretim gerçekleştirmemelidir. Tasarımda toplumun sağlığını ve güvenliğini tehdit edecek yanıltıcı bilgiler kullanmamalıdır ve kullanılan bilgiler teyit edilmelidir. Grup üyeliği adı altında kendi grubu ve üyeleri hakkında fanatizm derecesinde bir bağlanma durumundayken, diğer gruplara ve onların üyelerine de negatif bir duruş gerçekleştirmemelidir. Zaten bu etnosantirik bakış beraberinde ön yargıları ve ayrımcılıkları getirmektedir (Kağıtçıbaşı, 1993).

Kitle psikolojisi yönetiminde grafik tasarım alanı oldukça etkilidir. Tarih boyunca çeşitli amaçlar için bu yol sıklıkla kullanılmıştır. Bu da tasarımları etik konularla alakalı çeşitli suistimallere maruz bırakmıştır. Örneğin; II. Dünya savaşı sırasında Nazi hükümeti için tasarlanan birçok afiş bu durumdadır. Şekil 1’de, 1930’ların ortasında hazırlanan bu posterde “NSDAP [Nazi Partisi] halkı koruyor. Yoldaşlarınızın tavsiyenize ve yardımınıza ihtiyacı var, bu nedenle yerel parti organizasyonuna katılın.” sloganı kullanılmıştır. Posterde simgeleşmiş bir Alman insan ve aile profili yer almaktadır. Mutlu ve gülümseyen yüzlerin olduğu bu poster Nazi hükümetinin insanlık dışı ve faşist yönetiminin samimi bir şekilde nasıl bir yardım kampanyasına dönüşüp, halkın bilinçaltına gönderdiği mesajlarla nasıl partizan bir kitle oluşturduğunu destekler niteliktedir. Bununla birlikte, afişte kullanılan insan figürleri izleyiciyi adeta inandırmak istercesine realistik formda illustre edilmiştir. Bu insan figürleri arasında yeni doğmuş bir bebek ve çocuk da bulunmaktadır. Bebek ve çocuk her zaman masum ve saflığı temsil etmektedir. Afişte de bu temsiliyeti kullanarak gerçekleştirilen eylemlerin ve bu eylemlere yönelik başlatılan yardım kampanyalarının iyi niyetler beslenerek gerçekleştirildiği yine izleyiciye bir bilinçaltı mesajı olarak gönderilmeye çalışılmıştır.



Şekil 1. The NSDAP [Nazi Party] protects the people poster, 1930 ([http 2](http://2)).

Şekil 2’de verilmiş olan, 1935 yılında tasarlanan Nazi dönemi posterinde bir çocuk fotoğrafı ve arkasında Adolf Hitler’in silüeti bulunmaktadır. Posterde çocuğun ideal bir figür olarak gördüğü Hitler’e dönüşebileceği, geleceğinin onun yolu olduğu fikrini izleyiciye etkili biçimde aktarılmıştır. “Gençlik Führer’e hizmet ediyor! On yaşındaki çocukların hepsi Hitler Gençliğine katılıyor.” sloganıyla da bu fikri desteklemişlerdir. Şekil 1’de olduğu gibi yine çocukluğun saf inanışını gerçekleştirdikleri fiillerin bir maskesi olarak halka sunmuşlardır.



Şekil 2. *Youth serves the Führer! Poster, 1935 (http 3).*

Şekil 3’te bulunan “Don’t save his face, every blow counts in the battle for production” sloganlı afiş çalışmasında; üzerinde “Amerikan İşgücü” yazan bir yumruk Japon bir tasvirin yüzüne yumruk atmaktadır. Yumruk Amerikan iş gücünün zaferini temsil etmekte ve bu yolda halkı savaş için üretime çağırılmaktadır (Ersan & Çeken, 2022). Afişte açıkça bir şiddet çağrısı bulunmaktadır. Toplumlar eğilimli oldukları görüşler noktasında farklı güçler tarafından tetiklendiğinde, toplum içerisinde bölünmeler ve ayrışmalar meydana gelmektedir. Fanatizm düzeyinde gerçekleşen bu bölünmeler karşıt görüşlü kitleler tarafından afiş, duyuru, flyer gibi sosyal iletilerin baskın olduğu çalışmalarla, birbirlerine yönelik nefret tutumunun şiddetlenmesinde etkili olmaktadır.



Şekil 3. *Don't save his face, every blow counts in the battle for production* propaganda afişi (<http> 4).

Şekil 4'te 2006 yılında Hollanda'da Sony Playstation markasının “White is Coming” sloganlı açık hava reklamında beyaz bir kadının kendinden küçük siyah bir kadını çenesinden sert bir şekilde tuttuğu görülmektedir. Dünyanın birçok yerinde, insanlık tarihinde ırkçılık oldukça kendine yer bulmuş fanatik bir ayrımcı tutumdur. Reklamda bu tutum bariz biçimde ortaya konmuştur. Marka bu reklamın ardından aldığı tepkiler sonrasında materyallerdeki zıtlığı vurgulamak için reklamı bu şekilde hazırladığını ifade etmiştir. Fakat toplum içinde yıllardan beri var olan siyah beyaz ırkçılığını tetikler niteliktedir.



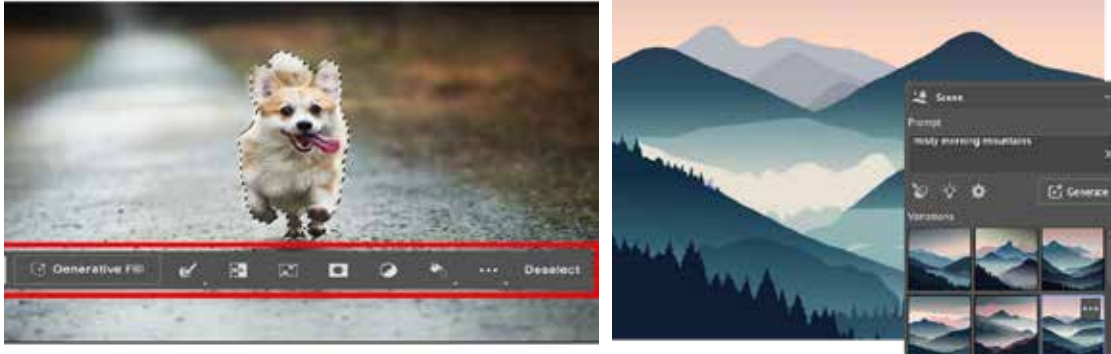
Şekil 4. *White is Coming* Açık hava Reklamı (<http> 5).

2.3. Grafik Tasarım Alanında Yapay Zekâ Kullanımı

Yapay zekâ gelişimiyle günlük hayattan bilimsel süreçlere kadar birçok sektörde etkisi de günden güne artmaktadır. Bu etkiyi en net şekilde gözlemleyebildiğimiz alanlardan birisi grafik tasarımıdır. Makine öğrenmesiyle derin öğrenme modelleriyle çeşitli algoritmalar kullanarak grafik tasarım sektöründe yeni yaklaşımlar ortaya koymaktadır. Algoritmalar grafik tasarım alanında da problemleri çözerek ilginç so-

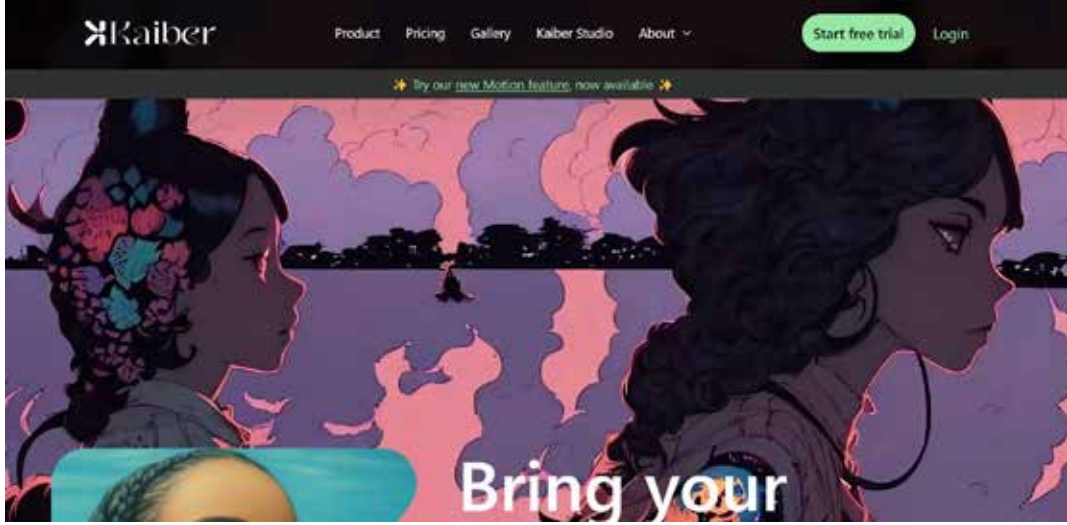
nuçlara imza atmaktadır. Bu noktada algoritmik tasarım ve farklı tasarım çözümlemelerinin ortaya çıkışı, bir nevi kombinasyonel yaratıcılığa örnek olabilir (Şen & Atiker, 2020). Yapay zekâ çevrimiçi araçları, kendi kendini oluşturabilen web sitelerinden, Netflix gibi uygulamalardaki dizi ve filmlerin afişleri, çeşitli parametrelere ve tercihlere bağlı olarak logo oluşturma yeteneğine sahip olan uygulamalara kadar çeşitlilik göstermektedir. Tasarım süreçlerinin en önemli aşamalarından biri olan renk yönetimi analizlerini yapabilmektedir ve tasarımcılara uygun renk kombinasyonları ve paletleri önererek estetik ve dikkat çekici tasarımların oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Yapay zekâ tabanlı görüntü işleme uygulamaları, fotoğraf ve görüntülerin otomatik olarak düzenlenmesi, retouch edilmesi ve efektler eklenmesi gibi işlemlerde kullanılabilir.

Grafik tasarım alanında tasarım üretmek, fotoğraf düzenlemek ve çizim yapmak gibi birçok üretim aşamasında kullanılan; Adobe markasının ürünlerinden olan Photoshop ve Illustrator uygulamaları 2023 yılı itibarıyla Adobe Firefly'ın üretken yapay zekâ özelliğiyle desteklenmektedir. Photoshop uygulamasına Generative Fill, adlı yapay zekâ desteği eklenmiştir. Şekil 5'te uygulamadaki yüzey alanının üzerine kontrol çubuğu şeklinde yerleştirilen bu özellik, grafik tasarım ve fotoğraf çalışmalarında tasarımcının eklemek istediği farklı doku veya biçimleri derin öğrenme / yapay zekâ tekniklerinden yararlanarak, içeriği analiz edip sonrasında renk, doku ve desen faktörleri göz önünde tutarak otomatik şekilde doldurmakta, içerik eklemekte veya kaldırmaktadır. Bu da tasarım süreçlerinde oldukça fayda sağlayıp zaman tasarrufuna olanak sağlamaktadır. Illustrator uygulamasında ise basit bir metin istemi oluşturarak yeni vektör grafikler oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Illustrator uygulamasında eğer bir kısayol ataması gerçekleştirilmediyse üst menü panelinden Pencere> Metinden Vektör Grafik butonuyla açılabilen bu özellik, tasarım konseptleri geliştirmeye ve düzenlenebilir illüstrasyonları yüksek ivmeyle oluşturmaya imkân tanımaktadır. Ayrıca bu özellik sayesinde ölçeklenebilir, özelleştirilebilir simgeler, sahneler ve desenler oluşturmak için basit bir metin yazmak yeterli olmaktadır. Illustrator'daki hassas düzenleme araçlarıyla birlikte kullanıldığında, hazırlanan grafiğin dilenen kısmını iyileştirilip benzersiz tasarımlar oluşturulabilmektedir. Tasarımcının kendi çalışmasını referans görüntü olarak kullanarak benzer stilde yeni vektörler oluşturmaya da mümkündür.



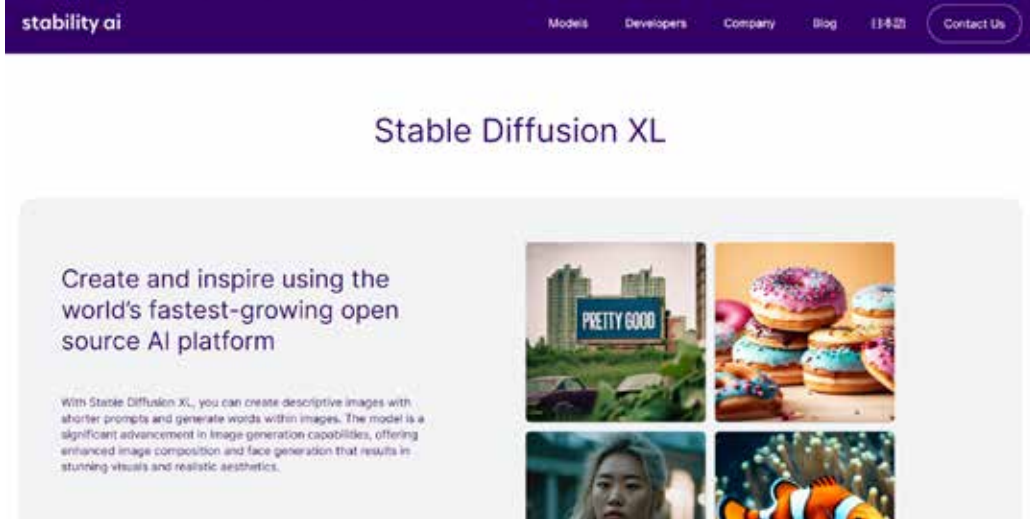
Şekil 5. Adobe Photoshop Generative Fill Özelliği ve Adobe Illustrator Metinden Vektör Grafik Özelliği (http 6).

Kaiber AI, etkileyici görsel ve müzik kombinasyonlarından oluşan video ve sosyal medya içerikleri elde etmeye yardımcı olan, ücretli bir yapay zekâ uygulamasıdır. Kaiber'in kendine ait bir içerik galerisi bulunmaktadır. Ayrıca çeşitli promptlarla yeni ve eşsiz videolar üretmeye imkân sağlamaktadır. Şekil 6'da anasayfası gösterilen uygulamaya giriş yaptıktan sonra, video oluşturmak istenilen konuyla ilgili detaylı promptları girerek Kaiber'in sunacağı alternatif videolardan birini geliştirmeye olanak sağlamaktadır.



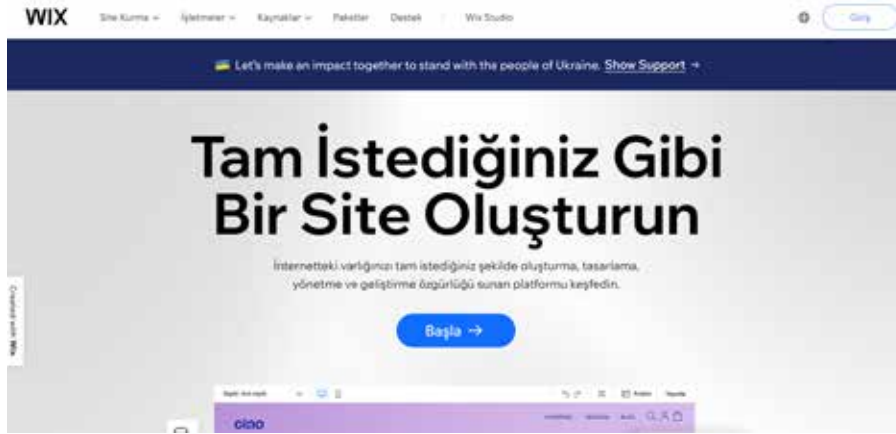
Şekil 6. Kaiber Ai Anasayfası ([http 7](http://7)).

Açık kaynaklı görsel içerik üretme uygulaması Stable Diffusion, Stability Ai tarafından piyasaya sürülmüştür. Stable Diffusion'da promptlarla içerik üretebilmek için Python ve farklı programlama dilleri kullanılmaktadır. Şekil 7'de anasayfası gösterilen Stable Diffusion içerik üretilmek istenilen konu hakkında detaylı şekilde yazılan promptları çeşitli tarzlarda görsellere çevirmeye olanak sağlamaktadır.



Şekil 7. Stable Difussion Anasayfası ([http 8](http://8)).

Kullanıcının isteklerine göre web sitesi üreten wix.com web sitesi kendi başına web sitesi oluşturma yeteneğine sahip olarak lanse edilmektedir. Kullanıcı tarafından sağlanan içerik, sayısız muhteşem tasarım alternatifi üretmek için kullanılmaktadır. Yeniden biçimlendirmeden programın kendisi sorumludur. Özellikle tasarımcı olmayanlar için rutini basitleştirir ve tasarım sürecini kolaylaştırır. Şekil 8'de Wix'in ana sayfası bulunmaktadır. Web sitesi, kendi web sitenizi adım adım nasıl oluşturacağınızı açıklayan birçok öğretici içeriğe sahiptir. Ayrıca, markanızı nasıl oluşturacağınızı, görsel kimliğinizi nasıl oluşturacağınızı, marka itibarınızı nasıl yöneteceğinizi ve başarılı markalaşma süreci, web sitesi için tanıtım ve işi büyütme ile ilgili birçok kavram hakkında dersler içermektedir.



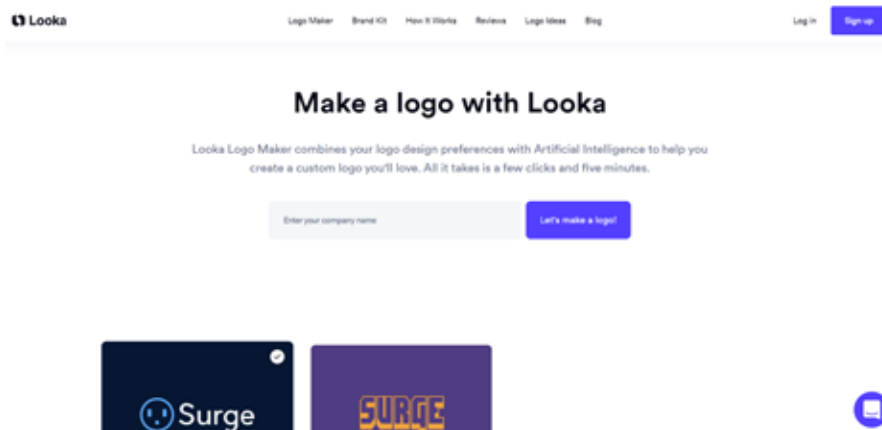
Şekil 8. Wix Anasayfa (http 9).

Huemint adlı web sitesi talebinize göre renk paletleri üretmektedir. Aynı zamanda markanıza uygun renkleri, farklı zeminlerdeki vurgu, görsel algılamaya yönelik farklı kombinasyonlar sunmaktadır. Şekil 9’da anasayfası gösterilen Huemint uygulaması, nihai tasarımlarda bağlama dayalı tasarımlar üreten bir yapay zekâ uygulamasıdır.

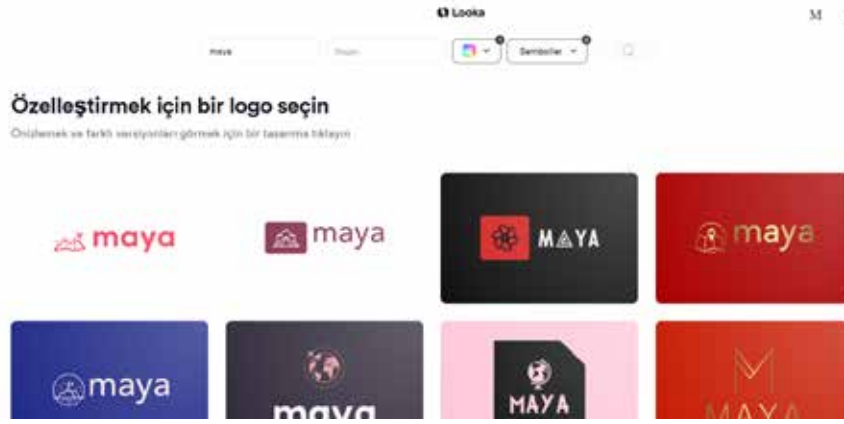


Şekil 9. Huemint Anasayfası (http 10).

Şekil 10’da Looka adlı logo tasarlama sitesinin anasayfası bulunmaktadır. Looka belirlenen marka adıyla çeşitli versiyonlarda logo tasarımları yapmaya yardımcı olan bir yapay zekâ aracıdır. Yazı tipi, sembol, renk gibi seçenekler sayesinde istediğiniz formatta logolar oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Şekil 8’de Looka’ya “maya” adlı bir seyahat acentesinin logosunu yapma komutu verilmiştir. Çeşitli sembol, renk ve yazıtipi kombinasyonlarını kullanarak farklı logo örnekleri hazırlamıştır.



Şekil 10. Looka Anasayfası (http 11).



Şekil 11. Looka uygulamasında örnek bir uygulama (<http> 12).

2.4. Yapay Zekanın Grafik Tasarımdaki Etik Sorunları

Yapay zekanın tasarım alanındaki ivmesi, yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriklerin özgünlüğü konusunda bir tartışmaya yol açmıştır. Yapay zekâ uygulamalarını destekleyenler yapay zekanın insanın yaratıcılığını artıracak, tasarımcıların yeni tasarım perspektiflerini keşfetmesine ve hayal güçlerinin sınırlarını zorlamasına olanak tanıyan yeni bir yaratıcı araç sunduğunu savunmaktadır. Bu görüşe göre yapay zekâ, tasarımcıların yeni fikirler üretmesine ve daha yenilikçi ve sofistike tasarımlar yaratmasına yardımcı olan, yaratıcı keşif için değerli bir kaynaktır. Bir yandan da bu durumu eleştirenler, yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin insanın yaratıcılığını ve özgünlüğünü zayıflatabileceğinden endişe etmektedir.

Yapay zekaya çok fazla güvenmenin, kreatif insan beyninin benzersiz dokunuşundan yoksun türev tasarımlarla sonuçlanabileceğini savunmaktadırlar. Dahası, insan ve makine tarafından oluşturulan tasarımlar arasındaki ayırım bulanıklaştıkça, yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin sahipliği konusunda endişeler bulunmaktadır. Adil bir denge sağlamak için, yapay zekâ tarafından oluşturulan tasarımların mülkiyeti ve atıfları hakkında net yönergeler geliştirmek ve tasarımcıları yapay zekayı insan yaratıcılığının yerine geçmek yerine bir araç olarak kullanmaya teşvik etmek önemlidir.

Yapay zekanın tasarımda kullanımına ilişkin bir diğer etik kaygı da mahremiyet ihlalleri ve veri ihlalleri potansiyelidir. Yapay zekâ sistemleri, kişiselleştirilmiş ve hedefe yönelik tasarımlar oluşturmak için genellikle büyük miktarda kullanıcı verisine dayanmaktadır. Bu, kullanıcı deneyimlerinin iyileştirilmesine yol açsa da kişisel bilgilerin toplanması, saklanması ve kullanılmasıyla ilgili soruları da gündeme getirmektedir. Tasarımda yapay zekanın savunucuları, uygun veri yönetimi uygulamaları ve şeffaflıkla yapay zekanın, kullanıcı gizliliğinden ödün vermeden tasarım sürecini geliştirebileceğine inanmaktadırlar. Kişisel bilgilerin korunmasını sağlamak için güçlü veri güvenliği önlemlerinin uygulanmasının ve gizlilik düzenlemelerine bağlı kalmanın önemini vurgulamaktadırlar. Ancak bu duruma olumsuz bakan kitle, kullanıcı verilerinin kötüye kullanıma potansiyelinin göz ardı edilemeyecek önemli bir risk olduğunu savunmaktadır. Yapay zekaya aşırı güvenmeye karşı uyarıda bulunarak tasarımcıları çalışmalarında kişisel verileri kullanmanın etik sonuçları konusunda dikkatli olunması gerektiğini belirtmektedirler. Kullanıcı gizliliğine ve veri güvenliğine saygı gösterirken yapay zekanın faydalarından yararlanmak arasında bir denge kurmak çok önemlidir. Çünkü üretilen tüm yapay zekâ modelleri, büyük veri kümeleri üzerinde eğitilerek çalışmaktadır ve bu veriler, kişisel bilgiler, sağlık kayıtları, finansal işlemler, siyasi görüşler, dini inançlar ve cinsel yönelim gibi hassas bilgileri de içermektedir. Bazı yapay zekâ sistemleri siber saldırılara karşı savunmasız üretilmektedir ve bu durum veri sızıntılarına yol açabilmektedir. Sızan veriler, kimlik hırsızlığı, dolandırıcılık ve diğer yasa dışı faaliyetler için kullanılabilir hale gelebilmektedir. 2018 yılında, Facebook'un Cambridge Analytica skandalında, 87 milyon kullanıcının kişisel bilgileri, rızaları olmadan siyasi reklamlar için kullanılmıştır (Özdemir, 2022). 2020 yılında, ABD'de Clearview AI adlı bir şirket, yüz tanıma teknolojisini geliştirmek için internetten izinsiz olarak milyonlarca kişinin fotoğrafını toplamıştır (Cube, 2021).

Yapay zekâ tarafından oluşturulan içerikteki önyargı potansiyeli bir başka çok önemli etik kaygıdır. Yapay zekâ sistemleri, eğitim verilerinde mevcut olan önyargıları veya stereotipleri istemeden de olsa sürdürerek

ayırımcı tasarımlara yol açabilir. Bu, yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin adilliği ve kapsayıcılığı hakkında soruları gündeme getirmiştir. Tasarımda yapay zekanın savunucuları, uygun gözetim ve sürekli izleme ile yapay zekâ tarafından oluşturulan içerikteki önyargının hafifletilmesinin ve hatta ortadan kaldırılmasının mümkün olduğunu savunmaktadır. Yapay zekanın, insan önyargılarını tanımlayıp düzelterek tasarımda çeşitliliği ve kapsayıcılığı teşvik ederek iyilik için bir güç olabileceğine inanmaktadırlar. Fakat tam aksini düşünenler yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin, özellikle tasarımcıların bu sorunların farkında olmadığı veya bu konulara değinmediği durumlarda, zararlı stereotipleri ve önyargıları sürdürebileceği yönündeki endişelerini dile getirmektedirler. Yapay zekâ modelleri, insan tarafından oluşturulmuş veriler üzerinde eğitilmektedir. Bu veriler, bilinçli veya bilinçsiz olarak önyargılar içerebilmektedir. Örneğin, bir metin oluşturma modeli, erkek yazarların yazdığı metinlerle eğitilmişse, ürettiği metinlerde de erkek bakış açısı ve önyargıları hâkim olabilmektedir. Bununla birlikte çeşitli algoritmalar üreten bu modeller, önyargı ve ayrımcılığı tetikleyecek şekilde tasarlanabilmektedir. Örneğin, bir resim oluşturma modeli, açık tenli insanların fotoğraflarıyla eğitilmişse, ürettiği resimlerde de açık tenli insanlara öncelik verebilmektedir. Veya Instagram uygulamasındaki algoritmalar kullanıcının sürekli ırkçı paylaşımları görmesine ve nefret söylemlerinin tetiklenmesine sebep olabilmektedir. Yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin adil ve kapsayıcı olmasını sağlamak için tasarımcıların çalışmalarının etik sonuçlarıyla aktif olarak ilgilenmeleri ve tasarım topluluğunun yapay zekâ tarafından oluşturulan içerikteki olası önyargıları ele almaya yönelik yönergeler ve uygulamaları geliştirmesi önemlidir.

3. Sonuçlar ve Tartışma

Grafik tasarımcı, insan merkezli bir tasarım anlayışı gütmelidir. Ayrımcı, ırkçı, kitleleri şiddete yöneltici şekilde üretilen içerikler etik ihlalleri doğurmaktadır. Bu sebeple grafik tasarım alanında etik yaklaşımlar güdülmesi oldukça önemlidir. Kitle yönetiminde oldukça etkili olan tasarım dilinin nasıl kullanıldığı etik ihlallerin önlenmesinde belirleyici faktördür. Yapay zekâ, grafik tasarım alanında hızlı bir şekilde gelişmekte ve tasarımcılara birçok yeni imkân sunmaktadır. Tasarımcılara zaman tasarrufu, yaratıcılık, içerik üretimi desteği, renk, uyum ve hedef kitle analizi gibi konularda kolaylıklar sağlamaktadır. Fakat yapay zekanın kullanımı, etik açıdan da bazı endişeleri beraberinde getirmektedir. Bu durum tasarımcılara hem inanılmaz fırsatlar hem de öngörülemeyen etik zorluklar sunmaktadır. Yapay zekâ tarafından oluşturulan tasarımlar, insan yaratıcılığını ve özgünlüğünü zayıflatabilme potansiyeli taşımaktadır. Yapay zekâ tasarımcıların işini kolaylaştırırken, aynı zamanda yaratıcı düşünme ve problem çözme becerilerini köreltme riski de taşımaktadır. Bununla birlikte yapay zekâ modelleri kişisel bilgileri içeren büyük miktarda kullanıcı verisine erişebilmektedir. Bu durum, mahremiyet ihlali ve veri güvenliği risklerini beraberinde getirmektedir. Algoritmalarla birlikte ayrımcı ve önyargılı yaklaşımlarla üretilen tasarımlar kitlelerin ve grupların kin ve nefret söylemlerini tetikleyici bir nitelik de taşımaktadır. Tasarımcılar, bu endişeleri kabul edip ele alarak, yapay zekanın faydalarından yararlanmak ile yaratıcı bütünlüklerini, sorumluluklarını ve adil ve kapsayıcı tasarıma olan bağlılıklarını sürdürmek arasında bir denge kurabilirler. Bu bakımdan, tasarımda etik yapay zekâ kullanımının anahtarı, insanlar ve makineler arasında iş birliğine dayalı bir ilişkinin geliştirilmesinde ve her ikisinin de yaratıcı sürece saygılı, şeffaf ve hesap verebilir bir biçimde katkıda bulunmasının sağlanmasında yatmaktadır. Bu dengeyi sağlamak için tasarımcıların, çalışmalarının etik sonuçları hakkında bilgi sahibi olmaları ve yapay zekanın tasarımda sorumlu kullanımına ilişkin tartışmalara aktif olarak katılmaları gerekmektedir.

Yapay zekanın tasarımda etik kullanımı tasarımcıların, geliştiricilerin, kuruluşların ve kullanıcıların ortak çabasını gerektiren ortak bir sorumluluktur. Profesyonel kuruluşlar, eğitim kurumları ve endüstri liderleri, etik yapay zekâ kullanımını teşvik eden kılavuzlar, eğitim programları ve sertifikalar geliştirmek için iş birliği yapmalıdır. Buna ek olarak tasarımda yapay zekanın etik kaygılarının ele alınmasında şeffaflık ve açıklık çok önemlidir. Tasarımcılar, yapay zekanın etik boyutları hakkında bilinçlendirilmeli ve bu konuda eğitilmelidir. Çalışmalarında da yapay zekâ metodolojilerini ve veri yönetimi uygulamalarını müşterilere ve kullanıcılara açık bir şekilde aktarmalı, bilinçli karar almaya olanak sağlamalı ve yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğe güveni artırmalıdır.

4. Kaynakça

- Cube, T. (2021, 12 16). *Euro News*. Euro News: <https://www.euronews.com/my-europe/2021/12/16/facial-recognition-clearview-ai-breaks-eu-data-privacy-rules-says-french-watchdog> adresinden alındı
- Diñçeli, D. (2017). Sanat ve Tasarım Etiği. *İdil*, s. 585-617.
- Dursun, N. (2021). Etik Değerler, Normlar ve Grafik Tasarım Etiği. *ASR Journal*.
- Ersan, M., & Çeken, M. B. (2022). II. DÜNYA SAVAŞI DÖNEMİNDE PROPAGANDA AFIŞLERİ: ABD VE ALMANYA ÖRNEĞİ. *Ulakbilge*.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1993). *İnsan ve İnsanlar*. Üniversiteli Yayınevi.
- Mamdouh, R. S. (2023). The Role of Artificial Intelligence in Graphic Design. *Journal of Art*.
- Özdemir, U. (2022). FACEBOOK-CAMBRIDGE ANALYTICA SKANDALININ KATILIMCI KÜLTÜR, DİJİTAL EMEK SÖMÜRÜSÜ VE MAHREMİYETİN İHLALİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, s. 22-34.
- Papanek, V. (1973). *Design for The Real World: Human Ecology and Social Change*. New York: Bantam Books Inc.
- Şen, E., & Atiker, B. (2020). Grafik tasarım uygulamalarında yeni bir aktör: Yapay zekâ. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*.
- Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intellegence.
- Wohlner, R. (2023). *How AI is Shaping the Advisory Landscape*. Investopedia: <https://www.investopedia.com/financial-advisor/how-ai-shaping-advisory-landscape/> adresinden alındı
- Yeşilkaya, N. (2022). Yapay Zekâya Dair Etik Sorunlar. *Şarkiyat*, s. 949-963.

İnternet Kaynakları:

- http1. Wohlner, R. (2023). *How AI is Shaping the Advisory Landscape*. Investopedia: <https://www.investopedia.com/financial-advisor/how-ai-shaping-advisory-landscape/> adresinden alındı (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http2. <https://www.facinghistory.org/resource-library/nazi-recruitment-propaganda> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http3. <https://www.facinghistory.org/resource-library/hitler-youth-propaganda> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http4. <https://www.loc.gov/pictures/item/90712739/> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http5. <https://criticalmediaproject.org/sony-playstation-white-is-coming-billboard-2/> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http6. <https://www.news18.com/tech/adobe-introduces-generative-fill-ai-in-photoshop-enabling-image-creation-through-text-prompts-7903015.html> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http7. <https://kaiber.ai/create> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http8. <https://stability.ai/> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http9. <https://wix.com> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http10. <https://huemint.com> (Erişim tarihi: 29.09.2023)
- http11. <https://looka.com> (Erişim tarihi: 29.09.2023)