

GÜZEL SANATLARDA GÜNCEL TRENDLER VE ÇALIŞMALAR



All Sciences Academy

GÜZEL SANATLARDA GÜNCEL TRENDLER VE ÇALIŞMALAR

Editör
Doç. Dr. Seda DİLAY





Güzel Sanatlarda Güncel Trendler ve Çalışmalar
Editör: Doç. Dr. Seda DİLAY

Dizayn: All Sciences Academy Design
Basım Tarihi: Eylül 2026
Yayıncı Sertifika Numarası: 72273
ISBN: 978-625-8839-99-9

© All Sciences Academy

www.allsciencesacademy.com
allsciencesacademy@gmail.com

İÇERİK

1. Bölüm	6
Seramik Malzemede Figüratif İfadeler: 18. Yüzyıl Commedia Dell'arte Porselen Figürlerinin İkonografik Okuması (Berlin Kunstgewerbemuseum Örneği) <i>Seda DİLAY</i>	
2. Bölüm	25
Güncel Arayüz Tasarımında Tipografinin Kimlik Göstergesi <i>Semih DELİL</i>	
3. Bölüm	44
Görsel Üretimde Elde Üretim İzlerinin Otantiklik Göstergesi Olarak Kullanımı <i>Semih DELİL</i>	

Seramik Malzemedede Figüratif İfadeler: 18. Yüzyıl Commedia Dell'arte Porselen Figürlerinin İkonografik Okuması (Berlin Kunstgewerbemuseum Örneği)

Seda DİLAY¹

1- Doç.; Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu El Sanatları Bölümü. sdilay@kmu.edu.tr ORCID No: 0000-0002-5239-8589

ÖZET

Bu çalışma, aslen 16. yüzyıl İtalyan halk tiyatrosu olarak doğan Commedia dell'Arte geleneğinin, 18. yüzyılda Avrupa'da keşfedilen sert porselen teknolojisi vasıtasıyla kalıcı birer plastik sanat nesnesine dönüşümünü incelemektedir. Halk meydanlarında maskeler, abartılı mimikler ve sabit toplumsal karakterler üzerinden doğaçlama olarak gösterilen bu performans sanatını Carlo Goldoni'nin tiyatro reformuna kadar olan süreçte tüm Avrupa görsel ve dramatik kültürünü derinden etkilemiştir. 1708 yılında Saksonya'da saf kaolinin keşfiyle kurulan Meissen Porselen İmalathanesi, baş heykeltıraş Johann Joachim Kändler'in plastik müdahaleleriyle tiyatronun bu dinamik tiplerini Rokoko estetiği çerçevesinde porselen biblolarla dönüştürmüştür. Nitel araştırma yöntemi, biçimsel analiz ve Berlin- Kunstgewerbemuseum'da sergilenen özgün eserler üzerinde gerçekleştirilen yerinde gözlem metodolojisine dayanan çalışmada; tiyatronun geçici, sokak odaklı ve halka ait doğasının, Saksonya saray aristokrasisinin ziyafet sofralarında birer estetik ve sosyal statü simgesi olan sert porselen bünyeye aktarılış süreci sosyo-kültürel bağlamda değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, sahneden çekilen tiyatro tiplerinin porselen vasıtasıyla kalıcı koleksiyon nesnelere dönüştüğü saptanmıştır. Bu çalışma, 16. yüzyıl İtalyan halk tiyatrosu Commedia dell'Arte arketiplerinin 18. yüzyılda Meissen imalathanesinde üretilen sert porselen biblolarla dönüşümünü incelemektedir (Kalyoncu, 2015, 100). Nitel araştırma yöntemi, biçimsel görsel analiz ve sosyo-estetik kavramsal çerçeve doğrultusunda yürütülen çalışmanın amacı; tiyatro performanslarının porselen malzemede dondurulmasını çözümlemektir. Bulgular, halk tiyatrosuna ait sokak tiplerinin Johann Joachim Kändler'in plastik müdahaleleriyle aristokratik ziyafet sofralarında estetik ve sosyal birer statü simgesine dönüştüğünü göstermektedir.

Anahtar Kelimeler –Commedia dell'Arte, Meissen Porseleni, Seramik, Rokoko, Tiyatro Arketipleri

GİRİŞ

18. yüzyıl Avrupa seramik ve porselen sanatı, yalnızca teknik ve malzeme alanındaki teknolojik devrimlerle değil; dönemin sosyo-kültürel yapısını, görsel kültürünü ve sahne sanatlarını biçimsel formlara yansıtan disiplinlerarası niteliğiyle de öne çıkmaktadır. Uzak Doğu porselenlerinin gizeminin çözülmesiyle Meissen başta olmak üzere Avrupa'nın önde gelen imalathanelerinde başlayan porselen üretimi, kısa sürede dönemin estetik anlayışını biçimlendiren temel bir ifade mecrasına dönüşmüştür. Bu dönüşümün en nitelikli ve özgün figüratif örneklerini ise dönemin popüler tiyatro geleneği olan Commedia dell'Arte tiplerinin porselene aktarıldığı

heykelsi küçük boyutlu figüratif yapıtlar oluşturmaktadır. Tiyatro sahnelerinin dinamik, anlık ve abartılı beden dilinin, porselen gibi kırılgan, sert ve katı bir malzemeye aktarılması, sanatsal bir kurgunun yanı sıra karmaşık bir teknik ve zanaat disiplini zorunlu kılmıştır. İtalyan halk tiyatrosunun doğaçlama yapısı, mizaçları sabitleyen maskeleri ve oyuncuların jest odaklı bedenselliği; porselen ustaları için güçlü bir görsel kaynak teşkil etmiştir (Bal, 1437). Ancak sahnedeki bu geçici ve hareketli tiyatral anın kalıcı bir porselen objeye dönüştürülebilmesi, malzemenin fiziksel sınırlarının aşılmasını ve ileri düzey üretim teknolojilerinin geliştirilmesini gerektirmiştir. Bu noktada, alçı ve sıvı porselen döküm teknikleri, seramik şekillendirme tarihinde belirleyici bir rol oynamıştır. Alçının kapiler emicilik özelliği ve çok parçalı (modüler) kalıp tasarımları; heykelsi formlarda karşılaşılan ters açıların ve derin rölyef detaylarının teknik bir engel olmasını ortadan kaldırmıştır. Formun anatomik parçalara ayrılarak dökülmesi ve ham safhada birleştirilmesi (garnitür montajı) esasına dayanan bu metodoloji, hem heykelsi detayların yüksek yüzey hassasiyetiyle aktarılmasına hem de serbest elle üretilmesi imkânsız olan karmaşık tiyatral duruşların seri ve nitelikli olarak tekrerrür etmesine olanak tanımıştır.

Bu çalışma; 18. yüzyıl Commedia dell'Arte porselen figürlerinin ikonografik ve biçimsel analizini yaparken, bu heykelsi ifadelerin arka planında yatan alçı kalıplama ve döküm teknolojisinin metodolojik esaslarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Berlin Uygulamalı Sanatlar Müzesi (Kunstgewerbemuseum Berlin) koleksiyonunda sergilenen tarihsel kalıp ve döküm örnekleri üzerinden, tiyatral beden dilinin seramik malzemede nasıl somutlaştığı ve sanatsal kurgu ile teknik imkânların nasıl bütünleştiği ikonografik ve metodolojik açıdan çözümleyecektir.

Bu kapsamda çalışmanın temel amacı; 18. yüzyıl Commedia dell'Arte porselen figürlerindeki tiyatral beden dilini ikonografik açıdan çözümlemek ve bu heykelsi ifadelerin üretiminde belirleyici olan çok parçalı alçı kalıplama ile döküm tekniğinin metodolojik esaslarını ortaya koymaktır. Çalışmanın materyalini; Berlin Uygulamalı Sanatlar Müzesi (Kunstgewerbemuseum Berlin) koleksiyonunda yer alan 18. yüzyıl Meissen üretimi orijinal alçı kalıplar, döküm parçaları ve dönemin figürinleri oluşturmaktadır. Yöntem olarak, sanat tarihsel ikonografik analiz metodu ile nitel betimsel teknik inceleme yaklaşımı harmanlanmıştır. Çalışmanın bulguları; tiyatronun dinamik beden dilinin, porselenin kırılgan ve katı formuna aktarılmasında "modüler parçalama" ve "garnitür montajı" tekniklerinin teknik bir zorunluluk olduğunu; alçının emiciliğine dayanan döküm disiplininin ise bu heykelsi ifadeyi kalıcı kılarak seramik sanatında özgün bir üretim metodolojisi yarattığını göstermektedir (Yetgin, 2022: 44).

1. COMMEDIA DELL'ARTE GELENEĞİ: TANIMI, TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ

1.1. Tanımı ve Kavramsal Çerçevesi

Porselen Commedia dell'Arte biblolarının estetik, plastik ve ikonografik özelliklerinin çözümlemesi, bu dinamik tiplerin doğuran tiyatro geleneğinin yapısal ve drama dayalı karakterin anlaşılmasını zorunlu kılmaktadır. Terminolojik açıdan çevirisi karmaşık bir olgu olan Commedia dell'Arte, literatürde genel kabul gördüğü şekliyle "profesyonel sanatçıların komedisi" olarak tanımlanmaktadır. Gösterilerin amatör bir halk eğlencesinden ziyade mesleki uzmanlığa sahip ustalara dayandığını vurgulayan bu geleneğe süreç içerisinde; kullanılan aksesuar ve kimliklendiren referanslarla 'Commedia alla maschera-maskeli komedi, sergilenen performansın doğaçlama niteliğine vurguyla 'Commedia ve her iki kavramı bütünleştiren 'Commedia dell'Arte all'improvviso' gibi çeşitli adlandırmalar yapılmıştır (Nutku, 1995; Rudlin, 2000). 18. yüzyıla gelindiğinde ise Carlo Goldoni, doğaçlamaya dayalı serbest performanslar ile yazılı metne dayalı tiyatroyu birbirinden ayırt etmek amacıyla Commedia dell'Arte ifadesini literatüre kurumsal bir tanım olarak yerleştirmiştir (Balamir, 2017).

1.2. Kökleri ve Tarihçesi

Commedia dell'Arte'nin tarihsel kökenleri tam olarak belgelenememekle birlikte, MÖ 4. yüzyıl öncesinde İtalya'nın Campania bölgesindeki Osche halkı arasında gelişen Atellane eğlencelerine (Atellanae Fabulae) ve Greko-Romen antik mim ve farsa geleneklerine dayandığı kabul edilmektedir (Arcasoy, 1998; Munger: 2003). Antik Yunan Yeni Komedyası ve Roma komedyası yazarları Plautus ile Terence'nin eserleri, Rönesans döneminde okunan yazılı commedia erudita geleneği vasıtasıyla bu yapının biçimlenmesine dolaylı ve doğrudan katkı sağlamıştır. Tiyatronun tarihsel gelişiminde kilit nokta; abartılı fiziksel şakalar, akrobasi, müzik ve samimi bir toplumsal eleştiri içeren gösterilerin pazar yerlerinde halka sunulması olmuştur (Balamir, 2017; Lawner, 1998). Bu sahnelemelerin ana hedeflerinden biri de "şarlatanlık" vasıtasıyla halkın ilgisini toplamak ve kurulan tezgâhlarda mal satmaktır. Özellikle Venedik'te büyük bir saygı ve hoşgörü gören bu icracılar; San Marco Meydanı'nda kurulan geçici sahnelerde, sahne arkası müziği eşliğinde türlü nüktedanlıklarla gösterilerini sunmuşlardır (Balamir, 2017).

2. COMMEDIA DELL'ARTE'NİN GELİŞİMİ, KURUMSALLAŞMASI VE SEMBOLİK BEDEN DİLİ

Gelişmiş ve kurumsal formuyla 16. yüzyılın ortalarında bilinen ilk kumpanyanın 1545'te Padua'da kurulmasıyla sistemleşen tiyatro, doğaçlama, maske ve hayal gücüne dayalı yapısıyla kısa sürede tüm Avrupa'ya yayılmıştır (Antonucci, 1995). 1568-1604 yılları arasında Kuzey İtalya, Viyana ve Fransa'da varlık gösteren ünlü Gelosi Kumpanyası başta olmak üzere; Confidenti (1574-1639), Arlecchino Tristano Martinelli'nin yer aldığı Desiosi ve Uniti gibi dönemin önemli kumpanyaları tiyatronun uluslararası bir boyut kazanmasını sağlamıştır (Arcasoy, 1998). Tarihsel kayıtlara geçen ilk saray gösterisi 1568 yılında Bavyera sarayında gerçekleştirilen bu gezgin kumpanyalar; iki vecchie (yaşlı adam), dört innamorati (maskesiz genç âşıklar), iki zanni (uşak), bir kaptan ve bir kadından oluşan yaklaşık on kişilik kadrolarla temsil vermişlerdir (Rudlin, 1994; Winifred, 1964). Pedrolino ve âşıklar dışındaki tüm tipler, mizaç niteliklerini sabitleyen deri maskeler takmışlardır (Meagher, 2007).

Tiyatronun bu tarihsel gelişim çizgisine eşlik eden en belirleyici unsur ise onun gizemli ve abartılı bedenselliğidir. Yarım maskelerin yarattığı ifade kaybını ve ses yabancılaşmasını aşmak amacıyla oyuncunun tüm bedenine yayılan figüratif, tiyatral hareketler, ikonik duruşlar ve beden dili; performansı anlık bir diyalogun ötesine taşıyarak insan doğasının arzularını ve toplumsal sınıfların güdülerini temsil eden özerk bir görsel simgeye dönüştürmüştür (Şekil 1).



Şekil 1. Commedia dell'arte troupe

<https://www.britannica.com/art/commedia-dellarte>

Pazar yerlerinden aristokratik saraylara kadar uzanan bu köklü gelenek ve onun sembolik beden dili, 18. yüzyılda porselen ustalarının modellerine doğrudan ilham vererek dinamik tiyatro sahnelerinin kalıcı porselen biblolarla aktarılmasının temel zeminini hazırlamıştır.

3. COMMEDIA DELL'ARTE TİPLEMELERİ VE KARAKTER GRUPLARI

Commedia dell'Arte geleneğinin en belirleyici niteliklerinden biri, gösterilerde yer alan oyuncuların kendilerine özgü, ikonik ve kendilerini diğer topluluktaki benzerlerinden ayıran kalıplaşmış karakter arketiplerine sahip olmalarıdır. Bu tipler, sahnede sabit kalıplar üzerinden temsil edilmekle birlikte, toplumsal yapı içerisindeki farklı sınıfları, zaafları ve mizaçları simgelemektedir. Commedia dell'Arte kadrosunu oluşturan tipler, karakteristik işlevleri ve sahne kostümleri açısından temelde iki ana kategoride sınıflanabileceği gibi detaylı biçimsel niteliklerine göre dört temel grupta da incelenebilmektedir (Stampino, 1995).

Commedia dell'Arte sahnelerindeki tipler; toplumsal işlevleri ve psikolojik durumları doğrultusunda görsel açıdan en temel ayrımı maske kullanımı üzerinden sunmaktadır. Maskeliler, yüzlerine deri veya kumaştan yapılan ve mizaç özelliklerini vurgulayan yarım maskeler takan karakterlerdir (Tuncer, 2023: 11). Bu grupta tiyatronun temel mizah motorunu oluşturan uşaklar ve otoriteyi temsil eden yaşlı adamlar yer almaktadır. Maske, karakterin toplumsal durumunu ve psikolojik sabitesini simgelerken; oyuncunun jest ve beden dilini abartılı bir biçimde kullanmasını zorunlu kılmaktadır. Maskesizler ise sahnede yüzlerini kapatan bir maske kullanmayan, bunun yerine doğal yüz ifadeleri ya da yoğun makyaj tercih eden tiplerdir. Bu grubun en belirgin temsilcileri genç üst sınıf âşıklar ile uşak kategorisinde yer almasına rağmen maske takmayan zarif kadın hizmetçi Colombina ve yüzü tamamen beyaz un veya pudra ile kaplanan duygusal uşak Pierrot (Pedrolino) olarak öne çıkmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2. Commedia dell'Arte, Pierrot (Pedrolino)

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/282190>

Vecchi (Yaşlılar / Ustalar), toplumsal ve ekonomik otoriteyi, zenginliği ya da entelektüel kibri temsil eden yaşlı adamlar grubudur. Grubun ana figürlerinden Venedikli Pantalone; pinti, açgözlü, çapkın ve hilekâr bir tüccar olup kırmızı taytı, siyah pelerini ve gaga burunlu siyah maskesiyle tanınır (Şekil 3).



Şekil 3. Commedia dell'Arte, Pantalone

<https://www.maskmuseum.org/mask/commedia-pantalone/>

Bolognalı Il Dottore (Graziano) ise lüzumsuz Latince terimlerle bilgiçlik taslayan fakat aslında hiçbir şey bilmeyen ukala bir hukukçu veya hekimdir; siyah gösterişli cübbesi ve tombul yüz hatlarını açıkta bırakan maskesiyle öne çıkar. Bu ana tiplerin yanı sıra Cassandro, Zanolio ve kekeleyerek konuşan, gösterişli cübbesi ile mavi aksanlarıyla dikkat çeken kâtip Tartaglia da aynı kategoride yer almaktadır.

Zanni (Hizmetçiler ve Palyaçolar), entrikaları başlatan, kurnazlık ile saflık arasında gidip gelen köylü uşaklardır. Bu grubun en bilinen figürü, sürekli aç, çevik, akrobatik ve saf-kurnaz yapısıyla renkli yamalı kostüm ve siyah maske taşıyan Harlequin'dur (Şekil 4). Yeşil şeritli beyaz kostümüyle sinsî, acımasız ve müzisyen kıdemli uşak Brighella ile maskesiz, zeki ve alaycı kadın hizmetçi Colombina grubun diğer ana karakterleridir. Ayrıca Neapolitan mizaçlı kambur Pulcinella, kaçış ustası Scapino, yamalı kostümüyle Truffaldin ve maskesiz, hüzünlü Pierrot öne çıkan diğer uşaklardır.



Şekil 4. Commedia dell'Arte, Harlequi
<https://www.meissen.com/net/900300-64551-1.html>

Innamorati (Genç Âşıklar), şık giyinen, maske takmayan ve şiirsel bir dille konuşan üst sınıf çiftlerdir (Isabella vb.); oyunun ana aksı bu gençlerin kavuşma mücadelesi üzerine kurulur (Şekil 5).



Şekil 5. Isabella and Octavio, two figures from the Commedia dell'Arte
<https://www.bayerisches-nationalmuseum.de/en/collection/highlights/00238610>

Son olarak diğer karakterler ve antik kökenli arketipler arasında; kibirli ve gösterişçi görünümüne rağmen ilk tehlikede kaçan korkak asker Il Capitano ile benzer mizaçtaki Scaramuccia yer almaktadır. Geleneğin erken dönem kökenlerini oluşturan Atellane kaynaklı tiplerden obur, kurnaz, kambur ve sabit fikirli Dossenus ile küstah, şişman ve halkın sempatisini kazanan şarlatan Bucco da bu kategoride değerlendirilmektedir.

Geleneğin erken dönem kökenlerini oluşturan Atellane kaynaklı tiplerden obur, kurnaz, kambur ve sabit fikirli Dossenus ile küstah, şişman ve halkın sempatisini kazanan şarlatan Bucco da bu kategoride değerlendirilmektedir. Sahnede somutlaşan tüm bu tipler; abartılı mimikleri, karakteristik kostümleri, donmuş beden dilleri ve temsil ettikleri toplumsal mizaçlarla yalnızca tiyatro tarihinin değil, aynı zamanda plastik sanatların da temel imge depolarından biri haline gelmiştir. 16. ve 17. yüzyıllarda sokakların ve saray sahnelerinin anlık birer seyirliği olan bu dramatik karakterler; 18. yüzyıla gelindiğinde malzemenin, estetiğin ve teknoloji bağlamının değişmesiyle birlikte tiyatro sahnesinden aristokratik mekânların üç boyutlu nesne dünyasına taşınacaktır (Uslu, 2023: 52).

4. SAHNEDEN SERAMİK FORMA: PORSELEN COMMEDIA DELL'ARTE BİBLOLARI

Oyunculuk pratiğinin, doğaçlama ruhunun ve performans dayalı jestlerin seramik malzemede somut birer forma dönüşmesi, Commedia dell'Arte geleneğinin tarihsel serüveninde çok kritik bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. 18. yüzyılın sonlarına doğru klasik Commedia dell'Arte formu, Carlo Goldoni'nin tiyatro reformları ve değişen toplumsal beğeniler neticesinde sahnedeki popülerliğini kaybetmeye başlasa da imgelem dünyasında varlığını sürdürmüştür; plastik sanatlardan resme, heykeltıraşlıktan sahne tasarımlarına kadar geniş bir alanda ilham kaynağı olmaya devam etmiştir (Jordan, 2013). Tiyatronun bu tiplerini porselen tarihinde birer sanat eseri statüsüne ulaştıran temel unsur ise dönemin grotesk tiyatro anlayışı ile Rokoko porselen sanatının kesişmesidir (Munger, 2003). Commedia dell'Arte'nin temelinde yatan maskeli tipler, tuhaf aksesuarlar, alışıldık dışı kostümler ve jest dayalı dinamizm, özü itibarıyla grotesk estetiğe dayanmaktadır. Oyuncunun sahnedeki her an tetikte olma zorunluluğu, ani beden geçişleri ve absürt jestleri; çelişki, parodi ve burlesk unsurlardan beslenen güçlü bir görsel dil yaratmıştır (Buckley, 2009: 251).

Sahnedeki bu dinamik görsel dil, 18. yüzyıl Avrupa saraylarında diplomatik ve estetik bir ihtiyaçla seramik malzemeye aktarılmıştır. 16. yüzyıldan itibaren aristokratik ziyafet sofralarını süsleyen geçici şeker heykellerin nem ve ısı nedeniyle erimesi, saray seremonilerinde estetik bir sorun yaratmış; bu durum yerini kalıcı ve parlak bünyeli bir seramik türü olan porselene bırakma arayışını doğurmuştur. Saksonya'da Meissen Porselen Fabrikası'nın kuruluşuyla başlayan bu dönüşüm, tiyatro sahnelerini seramiğin kalıcı doğasıyla buluşturmuştur. Porselen; yüksek pişirim sıcaklığı, fırın içi çekme oranları ve deformasyon riski nedeniyle şekillendirilmesi ve dondurulması son derece zor teknik bir seramik bünyedir. Modelleme aşamasında havaya kalkan bir kolun pişme esnasında fırında yerçekimine yenik düşerek aşağı sarkması ya da figür aksesuarlarının bükülmesi, seramik üretiminde sıkça karşılaşılan teknik engellerdir (Arcasoy, 1998). Dolayısıyla Commedia

dell'Arte'nin o kıvrak, hamle dolu ve grotesk beden dilini deforme etmeden üç boyutlu seramik formlarda dondurabilmek, üst düzey bir malzeme bilgisi ve heykeltıraşlık ustalığı gerektirmiştir Buckley, 2009: 310). Meissen baş heykeltıraşı Johann Joachim Kändler ile Nymphenburg porselen sanatçısı Franz Anton Bustelli, porselenin bu teknik sınırlarını aşarak tiyatronun doğaçlama ruhunu ve Rokoko estetiğini yüksek pişirimli seramik formlara kusursuz bir zarafetle aktarmışlardır (Zorkun, 2025: 782)

18. yüzyılın sonlarına doğru klasik Commedia dell'Arte formu, Carlo Goldoni'nin tiyatro reformları ve değişen toplumsal beğeniler neticesinde sahnedeki popülerliğini kaybetmeye başlasa da imgelem dünyasında varlığını sürdürmüştür; plastik sanatlardan resme, heykeltıraşlıktan sahne tasarımlarına kadar geniş bir alanda ilham kaynağı olmaya devam etmiştir (Jordan, 2013). Tiyatronun bu tiplerini porselen tarihinde birer sanat eseri statüsüne ulaştıran temel unsur ise dönemin grotesk tiyatro anlayışı ile Rokoko porselen sanatının kesişmesidir (Munger, 2003). Commedia dell'Arte'nin temelinde yatan maskeli tipler, tuhaf aksesuarlar, alışıldık dışı kostümler ve jestle dayalı dinamizm, özü itibarıyla grotesk estetiğe dayanmaktadır (Sonuç'tan akt. Ataman, 2021). Oyuncunun sahnedeki her an tetikte olma zorunluluğu, ani beden geçişleri ve absürt jestleri; çelişki, parodi ve burlesk unsurlardan beslenen güçlü bir görsel dil yaratmıştır (Karaboğa & Özçıtak: 1994). Sahnedeki bu anlık beden dili; 18. yüzyıl Avrupa saraylarında diplomatik ve estetik bir ihtiyaçla porselen malzemeye aktarılmıştır. Avrupa saraylarında 16. yüzyıldan itibaren aristokratik ziyafet sofralarını süslemek ve yemekleri görsel bir şölene dönüştürmek amacıyla şekerden yapılan geçici küçük heykeller kullanılmaktaydı (Guardenti, 2023). Ancak ziyafet esnasında ısı ve nem nedeniyle eriyip formunu kaybeden şeker heykeller, zamanla saraylar için estetik bir sorun haline gelmiş ve yerlerini kalıcı, prestijli ve dayanıklı bir malzemeye bırakma arayışı doğmuştur. Bu sorunu aşan ilk kurum, Saksonya'daki Meissen Porselen Fabrikası olmuştur. Meissen, 1735-1742 yılları arasında ürettiği görkemli akşam yemeği servislerinde porselen biblolarla yer vererek; sahneden çekilmekte olan grotesk sokak tiyatrosu figürlerini aristokratik sofraya dekorasyonunun merkezine yerleştirmiştir (Chilton, 2001; Köllensperger, 2010). Porselen, yüksek sıcaklıktaki pişirim esnasında ciddi oranlarda küçülen, deformasyona son derece açık ve fırın içinde yerçekimine yenik düşebilen zorlu bir seramik bünyedir. Modelleme aşamasında teatral bir jestle havaya kalkan bir kolun pişme sırasında aşağı sarkması, mızrak veya baston gibi aksesuarların eğilmesi veya figürün dengesini kaybetmesi sıkça karşılaşılan teknik başarısızlıklardır (Arcasoy, 1998). Dolayısıyla Commedia dell'Arte'nin o hamle dolu, hareketli ve grotesk beden dilini deforme etmeden porselende dondurabilmek yüksek seviyede malzeme bilgisi ve heykeltıraşlık deneyimi gerektirmektedir. 18. yüzyılda bu teknik ve estetik engeli aşarak porselen biblo tasarımında çığır açan isim Meissen'in başheykeltıraşı Johann Joachim Kändler (1706–1775) olmuştur. Kändler,

tiyatronun doğaçlama ruhunu, abartılı jestlerini ve kumaş kıvrımlarını Rokoko stilinin kıvrımlı ve dinamik hatlarıyla harmanlayarak porselene mükemmel bir plastik zarafet kazandırmıştır. Benzer şekilde Nymphenburg Porselen Fabrikası için çalışan Franz Anton Bustelli (1723–1763) de ürettiği Commedia dell'Arte figürlerinde karakterlerin teatral doğasını, dönemin moda anlayışını ve romantik/grotesk jestlerini seramiğe aktarmıştır. Sokak pazar yerlerinde şarlatanlık ve grotesk şakalarla doğan tiyatro performansları, Kändler ve Bustelli gibi ustaların elinde porselenin zorlu tekniğiyle birleşerek; eriyip yok olan şeker heykellerin yerine aristokratik sofraların kalıcı statü ve estetik simgelerine dönüşmüştür (Bol, 2010: 107).

5. BERLİN KUNSTGEWERBEMUSEUM KOLEKSİYONUNDAKİ COMMEDIA DELL'ARTE PORSELEN BİBLOLARI VE BİÇİMSEL ANALİZLERİ

18. yüzyıl Avrupa porselen sanatının nitelikli örnekleri, barındırdıkları biçimsel özelliklerle dönemin sosyo-kültürel ve estetik kodlarını günümüze taşıyan tarihsel birer belgedir. Bu bağlamda zengin bir seramik ve porselen seçkisine ev sahipliği yapan Kunstgewerbemuseum Berlin, Rokoko dönemine ait Commedia dell'Arte figürlerinin tipolojik gelişimini izlemek açısından stratejik bir konuma sahiptir (Şekil 6). 19. yüzyılın ikinci yarısında, sanayileşme süreciyle birlikte zanaat ve el sanatlarını teşvik etmek, toplumsal estetik beğeniyi biçimlendirmek ve teknik eğitimi yaygınlaştırmak amacıyla temelleri atılan müze; zanaat ile güzel sanatların kesişim noktasında yer alan nitelikli tasarımları bir araya getirmiştir. Bu kurumsal yapı, endüstri öncesi üretimin ulaştığı yüksek heykeltıraşlık seviyesini ve dönemin prestij nesnelerini sergilemeyi hedefler (Marek, 2015).



Şekil 6. Kunstgewerbemuseum Berlin

<https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3560288-3558930-kulturforum.html>

Commedia dell'Arte temasını işleyen porselen biblolar, müze koleksiyonu içerisinde söz konusu kurumsal misyonla tam anlamıyla örtüşmektedir. Tiyatronun geçici, eyleme dayalı ve aktif yapısından porselenin kalıcı, üç

boyutlu dünyasına aktarılan bu eserler; müze sergilemesinde yalnızca birer dekoratif obje olarak değil, 18. yüzyıl Avrupa saray kültürünün, ziyafet seremonilerinin, moda anlayışının ve tiyatro ikonografisinin kesişim noktası olarak konumlanmaktadır. Tiyatral jestlerin yüksek pışırıklı seramik bünyede dondurulduğu bu formlar, porselen manüfaktürlerinin malzeme üzerindeki teknik hakimiyetini de belgelemektedir.

5.1. Seramik/Porselen Şekillendirmede Alçı Kalıplama ve Döküm Yöntemi

Tiyatronun bu dinamik beden dilini ve abartılı jestlerini porselenin kırılğan ve kalıcı formuna aktarmak ise sanatsal kurgunun yanı sıra karmaşık bir teknik ve zanaat disiplini zorunlu kılmıştır. Seramik ve porselen üretiminde son derece kritik bir yere sahip olan alçı kalıplama ve porselen döküm tekniği, plastik evredeki çamurun serbest elle şekillendirilmesinde karşılaşılan teknik sınırları aşmayı sağlayan temel yöntemdir. Alçının yüksek emicilik kapasitesi, sıvı haldeki porselen döküm çamurunun suyunu hızla emerek kalıp cidarlarında homojen bir et kalınlığı oluşturur. Büzülme toleranslarını ve yüzey hassasiyetini kontrol altında tutan bu yöntem hem heykelsi detayların kusursuz aktarımına hem de formların yüksek nitelikte tekrerrütmesine olanak tanır.

5.2. Çok Parçalı Kalıp Tasarımı ve Garnitür Montajı: Meissen Örneği İncelemesi

Bu genel üretim disiplininin tarihsel ve sanatsal tezahürü, Berlin Uygulamalı Sanatlar Müzesi (Kunstgewerbemuseum Berlin) koleksiyonunda sergilenen ve 18. yüzyıl Meissen porselen imalatındaki seramik döküm metotlarını belgeleyen örneklem üzerinden açıkça izlenebilmektedir. Çalışma; figüratif porselen üretiminde uygulanan çok parçalı alçı kalıp tasarımı, porselen döküm süreci ve garnitür birleştirme tekniklerinin metodolojik esaslarını sergilemektedir (Şekil 7). Görselde Commedia dell'Arte figürinlerine ait ham porselen döküm elemanları yer almaktadır. Heykelsi formlarda karşılaşılan ters açılar ve derin rölyef detayları, eserin bütünsel olarak tek seferde kalıptan çıkarılmasını imkânsız kılmaktadır. Bu teknik sınırlılığı aşmak adına form; baş, gövde, kollar ve kaide gibi anatomik bileşenlerine ayrılarak modüller bir biçimde modellenmiş ve dökülmüştür. Görselin alt bölümünde ise bu modüller parçaların üretiminde kullanılan çok elemanlı alçı döküm kalıpları görülmektedir. Porselen döküm tekniğinde alçı, yüksek emicilik kapasitesi sayesinde sıvı porselen döküm çamurunun suyunu emerek kalıp çeperinde homojen bir cidar oluşumunu sağlar. Kalıp blokları üzerinde yer alan kilit yuvaları, döküm esnasında kalıp parçalarının kaymasını engelleyerek eksenel hiza hassasiyetini korur. İç yüzeydeki negatif boşluklar ise porselen çamuruna eserin yüzey detaylarını aktarır.

Sonuç olarak görsel; Johann Joachim Kändler gibi dönemin usta modelcileri tarafından geliştirilen karmaşık formların, alçının fiziksel emme gücü, sıvı

porselen döküm disiplini ve ham safhadaki parça birleştirme yöntemleriyle nitelikli bir endüstriyel ve sanatsal üretime nasıl dönüştürüldüğünü akademik düzeyde örneklemektedir.



Şekil 7. Commedia dell'arte karakterlerinin model-alçı kalıp parçaları
(Yazarın kişisel arşivinden)

Bu bölümde; Berlin Kunstgewerbemuseum teşhir salonlarında yer alan Meissen ve dönemin diğer önde gelen manüfaktürlerine ait Commedia dell'Arte bibloları, müze bünyesinde gerçekleştirilen görsel belgeleme ve fotoğraflama çalışmaları ışığında incelenmektedir. Koleksiyondan seçilen figürler; karakterlerin duruş, jest, kostüm, renk, maske kullanımı ve porselen malzemenin sunduğu plastik imkânlar çerçevesinde detaylı bir biçimsel ve ikonografik analize tabi tutulmaktadır.

Şekil 8.'de 18. yüzyıl porselen sanatında tiyatral jestlerin, saray modasının ve alegorik anlatımların seramik bünyeye aktarımını gösteren nitelikli örneklerdendir. Ön sol kısımda çocuk taşıyan erkek figürünün mor-pembe tonlardaki işlenmiş ceketi ve diz pantolonu dönemin saray giyim kuşamını yansıtırken, arkasında yer alan sarıklı figür 18. yüzyıl Avrupa sanatındaki Doğu etkisi modasının ikonografik bir yansımasıdır. Kırmızı ceketli orta figür ile sağda elinde ve sepetinde üzümler taşıyan kadın figürü ise mevsim alegorilerini (özellikle Sonbahar/Bağ Bozumu temasını) ve doğa sahnelerini sahne estetiğiyle birleştirir. Tüm figürlerde görülen kıvrımlı gövde hatları, abartılı el-kol jestleri ve zengin sır üstü çiçek motifleri, tiyatro sahnelerindeki anlık hareketlerin porselen malzemede dondurularak kalıcı ve üç boyutlu birer plastik forma dönüştürüldüğünü açıkça belgelemektedir. Kaidelerdeki ağaç kütükleri ve çim dokuları ise yüksek pişirim esnasında porselenin dengesini sağlayan teknik elemanlar olarak kompozisyona estetik biçimde dahil edilmiştir.



Şekil 8. Commedia dell'arte karakterlerinin porselen bibloları
Berlin Kunstgewerbemuseum
(Yazarın Kişisel Arşivinden)

Önceki grupta yer alan erkek çoban figürü, tiyatral bir an ve abartılı jest dilini yansıtmayı bakımından detaylı bir incelemeyi hak etmektedir. Figürün duruşunda, bedenin kıvrımlı Rokoko aksı belirgindir: Sağ bacak bir ağaç kütüğüne yaslanarak yükseltilmiş, gövde hafifçe geriye bükülmüş ve sağ el, altın yaldızlı şapkayı başın üzerine doğru kaldıran dramatik bir jest yapmıştır (Şekil 9). Şapkanın kenarındaki mavi kurdele detayları ve boyundan geriye doğru rüzgârla savrulan pembe pelerin, kompozisyona hareket duygusu kazandırmaktadır. İkonografik açıdan figür, saray tiyatrolarında ve pastoral komedilerde sıkça işlenen, doğayla uyumlu ama aristokratik zarafetten ödün vermeyen idealize edilmiş çoban tiplemesini temsil eder. Yeşilin, pembenin ve açık sarının baskın olduğu sır üstü renk paleti, porselen yüzeyin pürüzsüz dokusuyla birleşerek sahne ışıklarının yarattığı parlıtlı etkiyi taklit eder. Teknik ve plastik açıdan ise figürün arkasındaki ağaç kütüğü ile kaidedeki kabartma çiçekler, yüksek dereceli pişirim (yaklaşık 1300-1400°C) esnasında ağır ve ince porselen gövdenin çökmesini, deforme olmasını ya da fırında devrilmesini önleyen estetik kılınmış fırın destek elemanlarıdır. Bu çözüm, seramik ustalarının malzemenin fiziki sınırlarını heykeltıraşlık estetiğiyle nasıl bütünleştirdiğini göstermektedir.



Şekil 9. Commedia dell'arte karakterlerinin porselen bibloları
Berlin Kunstgewerbemuseum
(Yazarın Kişisel Arşivinden)

18. yüzyıl Avrupa tiyatrosunda ve saray şenliklerinde Osmanlı/Doğu imgesi, egzotizmin ve mizahi unsurların kaynağı olarak sıklıkla sahnelenmiştir. Commedia dell'Arte oyunlarına da yansıyan bu egzotik tipler, dönemin porselen heykeltıraşlığında "Turquerie" (Doğu Modası) adı altında özgün bir seri grubu oluşturmuştur. Figürün başında yer alan beyaz sarık, bıyıklı yüz ifadesi, bol şalvarı ve beline bağlanan mavi kuşak, Avrupalı sanatçıların zihnindeki Doğu imajını ikonografik açıdan somutlaştırmaktadır. Beyaz ceket üzerine işlenen erguvan ve altın renkli stilize bitkisel motifler, kollarındaki desenler ve kumaş kıvrımları, saray porselen ressamlığının hassasiyetini sergiler. Figürün sağ elini göğsüne doğru götürerek başını hafifçe yukarı kalkık tutması, tiyatro sahnelerindeki Doğu tiplerine yüklenen dramatik ve vakur duruş dilini temsil eder (Şekil 10). Plastik açıdan ise geniş şalvar formu, porselen hamurunun döküm esnasında kaideye dengeli oturmasını sağlamıştır. Sır üstü tekniğiyle uygulanan yüz detayları ve kır kırmızı pabuçlar, porselen malzemenin insan mimiklerini ve ince kostüm detaylarını en küçük ölçekte dahi yüksek bir netlikle aktarabildiğini kanıtlamaktadır.



Şekil 10. Commedia dell'arte karakterlerinin porselen bibloları
Berlin Kunstgewerbemuseum
(Yazarın Kişisel Arşivinden)

Görselde yer alan yan yana dizilmiş beşli porselen grubu, 18. yüzyıl Rokoko döneminde yaygın olarak üretilen Mitolojik Tanrılar ve Antik Çağ Alegorileri serisinden oluşmaktadır. Yüksek beyaz mimari kaideler üzerine yerleştirilen bu figürler, saray ziyafet masalarında sergilenmek veya aristokratik mekânlarda estetik bir anlatı kurmak amacıyla tasarlanmıştır. Soldan sağa incelendiğinde kompozisyon; Alegorik bir tanrıça veya doğu kraliçesi imgesi, asası ve ayağının altındaki deniz yaratığıyla Neptün veya deniz tanrıları/dört element alegorisi, elinde elması ve hemen altında Eros ile Venüs yanında köpeğiyle Adonis veya av mitolojisine ait bir erkek figür ve en sağda miğferi, zırhı ile Ares veya antik bir savaşçı figüründen meydana gelmektedir (Şekil 11). İkonografik açıdan bu grup, Klasik Antikite mitolojisinin Rokoko estetiğiyle yeniden yorumlanmasını temsil eder. Figürlerin üzerindeki dökümlü kumaşlar, vücut hatlarını öne çıkaran idealize edilmiş nü/yarı nü formlar ve kıvrımlı beden aksları, barok heykeltıraşlık geleneğinin porselen boyutundaki minyatür yansımalarıdır. Alt kısımlarda yer alan yüksek, altın yıldız şeritli rokoko kaideler ise hem figürlere anıtsal bir duruş kazandırmakta hem de döküm esnasında yüksek pişirim dengesini sağlayan teknik platformlar işlevini görmektedir. Sır üstü pastel ve parlak renklerin bir arada kullanıldığı bu seri, dönemin yüksek bünye porselen teknolojisini ve saray şenliklerindeki alegorik sahnelemeleri somutlaştırmaktadır.



Şekil 11. Commedia dell'arte karakterlerinin porselen bibloları
Berlin Kunstgewerbemuseum
(Yazarın Kişisel Arşivinden)

Berlin Kunstgewerbemuseum koleksiyonunda yer alan 18. yüzyıl porselen figürleri üzerinden gerçekleştirilen bu biçimsel ve ikonografik okuma; tiyatro sahnelerindeki geçici jestlerin, saray modasının, Doğu kültürünü ve antik mitolojik alegorilerin seramik bünyede nasıl kalıcı birer plastik forma dönüştüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Commedia dell'Arte tiplerinden pastoral idillere ve mitolojik serilere uzanan bu geniş yelpaze, dönemin porselen manüfaktürlerinin yalnızca birer endüstriyel üretim merkezi değil, aynı zamanda heykeltıraşlık estetiği ile malzeme teknolojisini üst düzeyde harmanlayan birer sanat laboratuvarı gibi çalıştığını doğrulamaktadır. Kaidelerdeki estetik destek elemanları kıvrımlar, ağaç kütükleri, mimari tabanlar ve yüksek pişirim sır üstü fırça teknikleri, porselen hamurunun fiziki sınırlarının heykeltıraşlık yetkinliğiyle nasıl aşıldığını belgelemektedir. Netice itibarıyla, müze sergilemesinde yer alan bu küçük boyutlu plastik formlar; 18. yüzyıl Avrupa saray kültürünün estetik kodlarını, aristokratik statü göstergelerini ve dönemin zanaat-sanat kesişimindeki yüksek nitelikli üretim anlayışını günümüze taşıyan tarihsel ve görsel birer belge niteliğindedir.

SONUÇ

18. yüzyıl Avrupa seramik ve porselen sanat, malzemenin sunduğu plastik imkânların heykeltıraşlık yetkinliğiyle buluştuğu ve toplumsal ile estetik dönüşümlerin nesneleştiği en nitelikli dönemlerden birini temsil etmektedir. Bu çalışmada, Berlin Kunstgewerbemuseum koleksiyonu merkezinde yürütülen ikonografik ve biçimsel analizler; Commedia dell'Arte tiyatrosunun geçici, anlık ve eyleme dayalı yapısının yüksek pişirimli porselen bünyede nasıl kalıcı ve üç boyutlu plastik formlara dönüştüğünü ortaya koymuştur. İncelemeler sonucunda elde edilen temel bulgular çerçevesinde; Commedia dell'Arte tiyatrosuna özgü abartılı beden dilleri, esnek postürler, maskeler ve kostümlerin porselen hamurunun

şekillendirilme sürecinde dinamizmini kaybetmeden heykeltıraşlık estetiğiyle yeniden kurgulandığı görülmüştür. Dönem porselen figürlerinin yalnızca tiyatro tiplerleriyle sınırlı kalmadığı; pastoral çoban idillerini, 18. yüzyıl Avrupa saray modasını, Doğu modası akımının egzotik yansımalarını ve Klasik Antikite mitolojisini kapsayan zengin bir ikonografik yelpazeye sahip olduğu belgelenmiştir. Teknoloji ve estetiğin entegrasyonu açısından, yüksek sıcaklıklı fırınlama esnasında ince, uzun ve karmaşık porselen formların deforme olmasını önlemek amacıyla kullanılan ağaç kütükleri, çim dokuları, mimari kaideler ve Rocaille kıvrımlarının teknik birer zorunluluk olmanın ötesine geçerek kompozisyonun organik bir parçası haline getirildiği tespit edilmiştir. Sır üstü minyatür fırça teknikleri ve pastel ile canlı renk paleti ise porselenin parlıtlı yüzey kalitesini en üst seviyeye çıkarmıştır. Berlin Kunstgewerbemuseum gibi zanaat ve el sanatlarını teşvik etme misyonuyla kurulan kurumların varlığı, bu figürlerin yalnızca birer dekoratif obje olmadığını; aristokratik statü simgesi, ziyafet sofrası düzenleyicisi ve dönemin estetik kodlarını biçimlendiren birer zanaat-sanat kesişim ürünü olduğunu kanıtlamaktadır. Sonuç olarak; 18. yüzyıl porselen Commedia dell'Arte ve saray figürleri, tiyatro tarihi ile seramik teknolojisinin kesiştiği özgün birer görsel belge niteliğindedir. Seramik malzemenin heykeltıraşlık imkânlarını ve dönem ikonografisini görünür kılan bu eserler, günümüz figüratif seramik uygulamaları ve alan araştırmaları için ilham verici birer tarihsel kaynak olmaya devam etmektedir.

REFERANSLAR

- Antonucci, G. (1995). *Storia del Teatro Italiano*, Roma: Tascabili Economici Newton.
- Arcasoy, A. (1998). Commedia dell'arte Porselen Bibloları. *Antik Dekor Dergisi*, (47), 98-105.
- Bal, Ö. (2024). Nymphenburg Porselen Fabrikası: Franz Anton Bustelli'nin Commedia Dell'arte Porselen Figürlerinin Tekrar Yorumlanması. *Turkish Studies*, 19(4), 1433-1451. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies>.
- Balamir, E. (2017). Commedia dell'arte, Tipler ve Carlo Goldoni ile İtalya'da Tiyatro Reformu. *Rumeli'de Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 81-88.
- Bol, Y. (2010). Seramikte illüstrasyon (Master's thesis, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Guardenti, R. (2023). *Atlante iconografico. La Commedia dell'Arte* (pp. 1-214). Titivillus.
- Kalyoncu, H. (2011). Topkapı Sarayı'nda yer alan Yıldız Porselenleri koleksiyonu (Tez No: 304365). [Yayınlanmış Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı. Türk İslam Sanatları Programı]. YÖK Tez Merkezi.
- Marek, M. (2015). The Berlin Kunstgewerbemuseum: From Common Welfare to Social Segregation. In Ödön Lechner in Context: Studies of the International

Conference on the Occasion of the 100th Anniversary of Ödön Lechner's Death.

- Munger, J. (2018). European porcelain in the Metropolitan museum of art. *Highlights of the collection*. Yale university press.
- Rudlin, J. (2000). Commedia dell'Arte. (Çev: Ezgi Ege İpekli), İstanbul: *Mitos Boyut Yayınları*.
- Stampino, M. G. (1995). The Early Commedia dell'Arte 1550-1621: *The Mannerist Context*.
- Uslu, A. (2023). Çağdaş seramik sanatında toplumsal ideolojik yaklaşımlar (Tez No. 808503) [Sanatta yeterlik tezi, Anadolu Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Tuncer, A. (2023). Bir fenomen olarak grotesk ve çağdaş seramik sanatına yansımaları.
- Yetgin, A. M. (2022). Endüstriyel seramik malzemenin sanatsal yorumu (Tez No. 723549) [Yüksek lisans tezi, Uşak Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Zorkun, N. H. (2025). Porselen Bibloların Dekoratif Nesneden Eleştirel Anlatı Aracına Dönüşümü. *Sanat Yazıları*, 53, 780-797. <https://doi.org/10.61742/sanatyazilari.1740356>

Elektronik Kaynakça

- Şekil 1. Commedia dell'arte troupe. <https://www.britannica.com/art/commedia-dellarte> adresinden 24 Ağustos 2026 tarihinde erişilmiştir.
- Şekil 2. Commedia dell'Arte, Pierrot (Pedrolino). <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/282190> adresinden 12 Ağustos 2026 tarihinde erişilmiştir.
- Şekil 3. Commedia dell'Arte, Pantalone. <https://www.maskmuseum.org/mask/commedia-pantalone/> 05 Eylül 2026 tarihinde erişilmiştir.
- Şekil 4. Commedia dell'Arte, Harlequi. <https://www.meissen.com/net/900300-64551-1.html> 27 Temmuz 2026 tarihinde erişilmiştir.
- Şekil 5. Isabella and Octavio, two figures from the Commedia. dell'Arte <https://www.bayerisches-nationalmuseum.de/en/collection/highlights/00238610> 27 Temmuz 2026 tarihinde erişilmiştir.
- Şekil 6. Kunstgewerbemuseum Berlin. <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3560288-3558930-kulturforum.html> 16 Temmuz 2026 tarihinde erişilmiştir.

Güncel Arayüz Tasarımında Tipografinin Kimlik Göstergesi

Semih DELİL¹

¹ Doç., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü.
semih.delil@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0003-0358-2344

ÖZET

Arayüz tasarımı tipografi, uzun süre bilgiyi taşıyan nötr bir araç olarak konumlanmıştır. Değişken yazı karakteri teknolojisinin yaygınlaşması, kinetik tipografinin arayüz etkileşimine girmesi ve üretken yapay zekâ destekli bağlamsal uyarlama sistemlerinin gelişmesiyle birlikte, tipografi artık bilgi taşıyıcısından markanın ve ürünün kimliğini doğrudan taşıyan bir unsura dönüşmüştür. Bu bölüm, tipografinin güncel arayüz pratiğinde bir kimlik göstergesi olarak nasıl işlediğini üç ekseninde (sektörel kodlama, zamansal/kinetik davranış ve bağlamsal uyarlanabilirlik) ele almaktadır. Bölüm yeni bir ampirik araştırma sunmamaktadır. Bunun yerine 2024-2026 yıllarına ait akademik yazın ve sektör kaynaklarını görsel iletişim kuramı çerçevesinde sentezleyen derleyici bir okuma sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: tipografi, arayüz tasarımı, marka kimliği, değişken fontlar, kinetik tipografi, bağlamsal uyarlanabilirlik

1. GİRİŞ

Grafik tasarım geleneğinde tipografi, uzun süre "görünmez olmalı" ilkesiyle tanımlanmıştır. İyi tipografi, okuru içeriğe taşıırken kendi biçimsel varlığını geri plana çekmektedir. Ancak arayüz tasarımının merkezi bir üretim alanı hâline gelmesiyle birlikte bu ilke köklü biçimde sorgulanmaya başlanmıştır. It's Nice That'te Tree'nin (2026) 2026 grafik eğilimlerine dair değerlendirmesinde belirttiği gibi, tasarımcılar giderek daha az standart harf seti kurallarına bağlı kalmaktadır. Bir yazı karakterinin "her istediğini yapabildiğinde" neye benzeyeceği sorusu tasarım pratiğinin merkezine yerleşmektedir.

Bu dönüşümün teknik zemini, değişken yazı karakteri (variable font) standardının olgunlaşması ve kinetik tipografinin arayüz etkileşimine entegre olmasıdır. Lelis vd. (2022) ampirik bulguları, dinamik görsel kimlik sistemlerinde tipografik unsurların artık sabit değil, bağlama duyarlı biçimde tasarlandığını doğrulamaktadır. Buradaki temel iddia, tipografinin arayüzde artık salt okunabilirlik ve estetik meselesi olmaktan çıkıp, markanın ve ürünün kimliğini taşıyan birincil gösterge sistemine dönüştüğüdür.

Bölüm sekiz kısımdan oluşmaktadır. İkinci kısımda tipografinin görsel kimlik sistemi içindeki konumu, göstergebilimsel işlevi ve okunabilirlik ile ifade arasındaki tarihsel gerilim kuramsal olarak ele alınmaktadır. Üçüncü kısım, dönüşümün teknolojik zeminini oluşturan değişken yazı karakteri ve kinetik tipografi teknolojilerini incelemektedir. Dördüncü kısımda tipografik kimliğin güncel görünümü (sektörel kodlama, hareketli tipografi ve bağlamsal uyarlanabilirlik) somut örneklerle tartışılmaktadır. Beşinci kısım, bu görünümün taşıdığı gerilimleri tutarlılık, erişilebilirlik, kültürel çeşitlilik ve zamansal dayanıklılık ekseninde değerlendirmektedir. Altıncı kısım tasarım pratiğine yönelik çıkarımları, yedinci kısım yöntemsel sınırlılıkları ve

ileriye dönük araştırma sorularını, sekizinci kısım ise genel sonuçları sunmaktadır.

Kaynak seçiminde kuramsal çerçeve için görsel iletişim ve tipografi alanının yerleşik referansları, gözleme dayalı iddialar için hakemli dergilerde yayımlanmış deneysel çalışmalar, güncel pratiğin belgelenmesi için ise künyesi belirli tasarım gazeteciliği kaynakları esas alınmıştır. Kapsam baştan sınırlandırılmalıdır. Burada "kimlik göstergesi" kavramı, tipografinin yalnızca estetik bir tercih değil, izleyiciye markanın ya da ürünün kim olduğuna dair bir bilgi ileten göstergebilimsel bir birim olarak işlev gördüğü durumları kapsamaktadır. Bu çerçevede bölüm, tek tek harf tasarımı (type design) pratiğinden çok, mevcut yazı karakteri ailelerinin arayüz bağlamında nasıl konumlandırıldığı ve nasıl davrandığı ile ilgilenmektedir.

2. KURAMSAL ARKA PLAN

Tipografi burada tek başına bir tasarım unsuru olarak değil, görsel kimliğin diğer bileşenleriyle (logo, renk, imge) etkileşim içinde işleyen bir alt sistem olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, tipografik kararların izole biçimde değil, kimliğin bütünsel mimarisi içinde değerlendirilmesi gerektiği ilkesine dayanmaktadır.

2.1. Görsel Kimlik Sistemlerinde Tipografinin Konumu

Görsel Kimlik Sistemi (Visual Identity System - VIS) kuramında tipografi, logo ve renk paletiyle birlikte kimliğin temel bileşenlerinden biri olarak tanımlanır. Lelis, Leitão, Mealha ve Dunning'in (2022) elli dinamik logo üzerinde gerçekleştirdiği ampirik çalışma, VIS öğelerinin geleneksel olarak sabit ve kuralcı görsel talimatlarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Ancak aynı çalışma, hipermodernite anlayışının hareketliliği her alana taşıdığını da ortaya koymaktadır. Marka logoları artık biçim, renk ve doku değiştirmekte, bu esneklik tipografik unsurları da doğrudan etkilemektedir. Araştırmacılar, incelenen dinamik logolarda vuruş bağlantıları ve optik ayarlamalar gibi ince tipografik bileşenlerin en yüksek değişkenlik gösteren unsurlar olduğunu, buna karşın temel karakter iskeletinin görece daha tutarlı kaldığını tespit etmiştir (Lelis vd., 2022).

Bu bulgu, arayüz tasarımı açısından önemli bir ayrıma işaret etmektedir. Tipografik kimlik, harfin tümüyle sabit olmasını değil, belirli bir iskeletin farklı bağlamlarda tanınabilir kalacak biçimde esnemesini gerektirir. Değişken yazı karakteri teknolojisi tam da bu ihtiyaca teknik bir çözüm sunmaktadır. Tek bir yazı karakteri dosyası içinde ağırlık, genişlik ve optik boyut gibi eksenler arasında sürekli bir geçiş sağlayarak, kimliğin tutarlılığını korurken bağlamsal uyulanabilirliği mümkün kılmaktadır.

Bir tipografi kimlik sistemi kurulurken, hangi bileşenlerin sabit tutulacağı, hangilerinin bağlama göre esneyeceği baştan tanımlanmalıdır. Lelis vd. (2022) bulgularına göre karakterin temel yapı unsurları en tutarlı

kalan bileşenlerdir; buna karşılık vuruş bağlantıları ve optik ayarlamalar gibi ince ayrıntılar değişkenliğe en açık olanlardır.

2.2. Tipografinin Göstergebilimsel İşlevi

Bu göstergebilimsel işlevin kuramsal temeli, görsel iletişimin dilbilgisi üzerine çalışmalarda kurulmuştur. Kress ve van Leeuwen'in (2006) görsel tasarımın dilbilgisini çözümledikleri çalışması, tipografik biçimin de tıpkı renk ve düzen gibi bağımsız bir anlam kaynağı olduğunu, okurun metni yalnızca içeriğiyle değil, sunuluş biçimiyle birlikte yorumladığını ortaya koymaktadır. Lupton'ın (2010) tipografi kuramı üzerine çalışması ise bu ilkeyi uygulama düzeyine taşıyarak, karakter seçiminin hiçbir zaman nötr olmadığını, her fontun bir tarihsel ve kültürel yük taşıdığını vurgulamaktadır. Wheeler'ın (2017) marka kimliği tasarımı üzerine çalışması ise bu görsel unsurların, marka temas noktalarından oluşan bütünsel bir sistem içinde nasıl ölçülebilir bir ekonomik değere dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Nila vd. (2026) kurumsal markalaşmada tipografinin işlevini göstergebilim, örgütsel iletişim ve marka özdeşliği kuramları üzerinden ele aldığı kavramsal çalışması, tip seçimlerinin ve tipografik sistemlerin stratejik varlıklar olarak işlediğini, paydaş algısını şekillendirdiğini, markayı farklılaştırdığını ve kurumsal anlatıyı desteklediğini öne sürmektedir. Yazarlara göre tipografi, marka kişiliğini iletmek, itibarı taşımak ve marka değerini desteklemek bakımından logodan ve renkten bağımsız, kendi başına bir anlam taşıyıcısıdır (Nila vd., 2026).

Quispillo Parra'nın (2025) sektörler arası tipografik strateji karşılaştırması bu göstergebilimsel işlevi somutlaştırmaktadır. Finans sektöründe yalınlık ve profesyonellik nedeniyle sans serif karakterler baskındır. Teknoloji sektöründe modernlik ve okunabilirlik ön plana çıkmaktadır. Gıda sektöründe el yazısı karakterler tazelik ve yakınlık duygusu iletirken, sans serif karakterlerin uç biçimlerine bağlı olarak ekşilik ya da tatlılık algıları oluşturabildiği görülmüştür. Moda sektöründe ise hem serif hem sans serif karakterler zarafet ve ayrıcalık imgesi kurmak amacıyla kullanılmaktadır (Quispillo Parra, 2025). Bu bulgular, tipografik seçimin rastgele bir estetik tercih değil, sektöre özgü kodlanmış bir anlam sistemi olduğunu doğrulamaktadır ve "sektörel kod" kavramının ampirik temelini oluşturmaktadır.

Bu göstergebilimsel işlev, tipografinin arayüz tasarımında salt bir "stil seçimi" değil, kurumsal iletişimin bir uzantısı olarak ele alınması gerektiğini göstermektedir. Nila vd. (2026) modelinde vurgulanan bir diğer nokta, tipografik tutarsızlığın (örneğin bir markanın farklı dijital temas noktalarında birbiriyle uyumsuz font aileleri kullanması) yalnızca estetik bir kusur değil, kurumsal güvenilirliği zedeleyen bir iletişim hatası olarak okunabileceğidir. Bu bulguya göre, arayüz tasarımı ekiplerinin tipografik kararları, marka iletişimi ve kurumsal itibar yönetimiyle koordineli biçimde almaları gerektiğine işaret etmektedir.

2.3. Okunabilirlik ve İfade Arasındaki Tarihsel Gerilim

Tipografinin kimlik göstergesine dönüşmesi, disiplinin en eski kuramsal tartışmasını yeniden canlandırmaktadır. Harf, içeriğin şeffaf taşıyıcısı mı olmalıdır, yoksa kendi başına bir ifade aracı mı? Yirminci yüzyıl tipografi kuramında bu tartışma iki karşıt konum üretmiştir. Birinci konum, iyi tipografiyi görünmez sayar. Harfin görevi okuru metne taşımaktır ve kendine çektiği her dikkat, bu görevden çalınmış bir dikkattir. İkinci konum ise harfin zaten hiçbir zaman nötr olmadığını, her karakter seçiminin bir kültürel ve tarihsel yük taşıdığını, dolayısıyla şeffaflık iddiasının kendisinin ideolojik bir tercih olduğunu savunmaktadır.

Bu tartışmanın ampirik zemini okunabilirlik araştırmalarıdır. Beier'in (2012) harf okunabilirliği üzerine çalışması, tasarım pratiği ile okuma araştırmaları arasındaki boşluğu kapatarak, harf biçimi ve karakter ayırt ediciliğinin okuma performansı üzerindeki etkilerini ampirik verilerle ortaya koymaktadır. Okunabilirliğin kanaat değil ölçüm meselesi olduğunu belirginleştirmektedir. Güncel arayüz pratiği bu tartışmayı çözmemekte, ancak koşullarını değiştirmektedir. Dijital arayüzde metin, basılı sayfadakinden farklı olarak tek bir sabit bağlamda okunmaz. Aynı içerik telefon ekranında, masaüstü tarayıcıda, akıllı saatte ve sesli okuma yazılımında farklı biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Bu çoklu bağlam, "şeffaf tipografi" idealini teknik olarak imkânsız kılmaktadır. Her bağlamda aynı ölçüde şeffaf olan tek bir tipografik ayar yoktur. Değişken yazı karakteri teknolojisi bu soruna teknik bir yanıt üretmekte, ancak aynı zamanda ifade kapısını da açmaktadır, çünkü bağlama göre değişebilen bir harf, ister istemez bir davranış sergileyen ve bu davranışıyla anlam üreten bir unsura dönüşmektedir.

Okunabilirlik ile ifade arasındaki ilişki bir ödünleşim (birinden vazgeçip diğeri kazanma) değil, bir eşik meselesidir. Belirli bir okunabilirlik eşiğinin üzerinde, ifade zenginliği okunabilirliği anlamlı biçimde zedelemekten artırılabılır. Eşiğin altına inildiğinde ise ifade, iletişimin kendisini engeller hâle gelmektedir. Guidi vd. (2024) farklı yazı karakteri eksenlerinin okuma performansı üzerinde farklı etkiler ürettiğine dair bulgusu, bu eşiğin nerede olduğunun eksen bazında ölçülebilir olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla tartışma, kuramsal bir kanaat meselesi olmaktan çıkıp ampirik olarak karara bağlanabilir bir tasarım sorusuna dönüşmektedir.

2.4. Özel Karakter Tasarımı ve Marka Sahipliği

Tipografinin kimlik göstergesi olarak güçlenmesinin ekonomik bir sonucu, markaların kendilerine özel karakter ailesi yaptırma pratiğinin yaygınlaşmasıdır. Bu pratiğin gerekçesi çift yönlüdür. İlk gerekçe maliyet ve lisanslamadır. Büyük ölçekli ve çok platformlu bir markanın hazır bir yazı karakteri ailesini tüm kullanım alanlarında lisanslaması, belirli bir ölçeğin üzerinde özel tasarım maliyetini aşabilmektedir. İkinci ve bölüm açısından daha önemli gerekçe ise ayırt ediciliktir. Hazır bir yazı karakteri, tanımlı gereği

başka markalar tarafından da kullanılabilir. Dolayısıyla tek başına bir kimlik göstergesi olarak işlev göremez.

Bu gelişme, Lelis vd. (2022) dinamik kimlik sistemleri üzerine bulgularıyla birlikte okunduğunda önemli bir örüntüye işaret etmektedir. Markalar artık yalnızca hangi yazı karakterini kullanacaklarına değil, o fontun hangi eksenlerde nasıl davranacağına da karar vermektedir. Özel karakter tasarımı, bu davranış kurallarının baştan markanın ihtiyacına göre tanımlanmasını mümkün kılmaktadır. Böylece tipografi, kimlik sisteminin bir bileşeni olmaktan çıkıp altyapısı hâline gelmektedir.

Türkiye bağlamında bu eğilimin özel bir boyutu bulunmaktadır. Becer'in (2014) görsel iletişim ve tipografi üzerine değerlendirmelerinde vurguladığı gibi, Türk dilinin yazım ve dizgi gelenekleri Latin alfabesinin genel kurallarına indirgenemeyecek kendine özgü gereksinimler taşımaktadır. Türkçenin kendine özgü karakterleri (ç, ğ, ı, İ, ö, ş, ü) uluslararası font ailelerinde çoğu zaman ikincil bir özenle tasarlanmaktadır. Noktasız ı ile noktalı i ayrımı ya da ğ harfinin üst işaretinin optik dengesi gibi sorunlar hazır fontlarda sıklıkla çözümsüz kalmaktadır. Bu durum, Türkiye'de faaliyet gösteren markalar için özel karakter tasarımını estetik bir lüks olmaktan çıkarıp işlevsel bir gereklilik hâline getirmektedir. Aynı zamanda yerel harf tasarımı uygulaması için de belirgin bir uzmanlaşma alanı açmaktadır.

3. DEĞİŞKEN FONT TEKNOLOJİSİ VE KİNETİK TİPOGRAFI

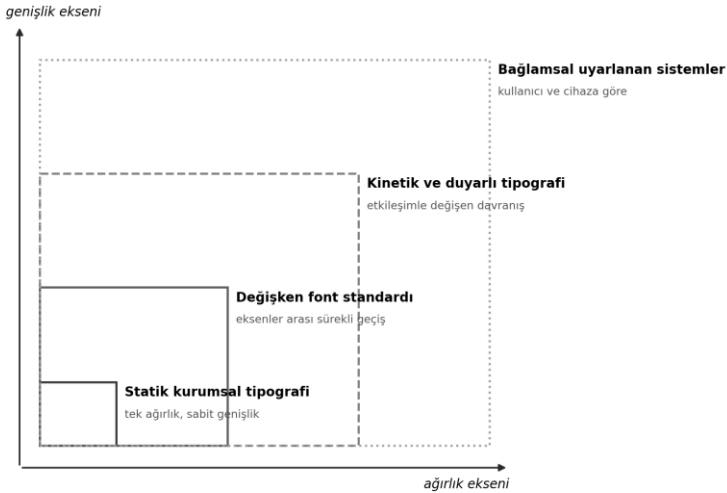
Tipografinin kimlik göstergesi olarak güçlenmesinin arkasında somut bir teknoloji dönüşümü bulunmaktadır. OpenType Değişken Font (Variable Fonts) standardı 2016 yılında tanıtılmış, ancak arayüz tasarımının merkezine 2024-2026 döneminde yerleşmiştir. Guidi vd. (2024) belirttiği üzere bu format, tek bir yazı karakteri dosyası içinde ağırlık, genişlik, eğim ve optik boyut eksenleri arasında sürekli geçiş sağlamaktadır. Bu olanak, kinetik tipografiyi bir süsleme olmaktan çıkarmıştır. Somut şiirin ve film jeneriklerinin mirasını web teknolojileriyle birleştiren kinetik tipografi, artık dikkati yönlendirmek ve metnin ritmini hissettirmek amacıyla kasıtlı olarak kullanılabilir.

Şekil 2'de görüldüğü üzere bu teknoloji, tasarımcının kullanabileceği biçim uzayını kademeli olarak genişletmiştir. Bu genişleme, durağan kurum tipografisinden değişken font standardına, oradan kinetik ve duyarlı tipografiye ve bağlama göre uyarlanan sistemlere doğru ilerlemiştir. Teknik altyapının kullanıcı deneyimine yansması uyarlama ve kişiselleştirme yönündedir. Fontların, kullanıcının cihaz türüne ya da erişilebilirlik ihtiyacına göre ağırlığını ve harf aralığını değiştirmesi artık deneysel bir uygulama değil, üretime hazır bir olanaktır. Bu altyapı, tipografi kimliğinin üç görünüm biçiminin, yani sektör kodunun, zaman içindeki hareketin ve bağlama uyumun maddi temelini oluşturmaktadır.

Bu altyapının kimlik göstergesi işlevi görebilmesi için önce temel bir okunabilirlik eşiğini karşılaması gerekir. Guidi, Haseeb, Kosovicheva ve Wolfe (2024), cümle düzeyinde okuma performansını ölçtükleri deneyde değişken fontların okuma hızı ve doğruluğu üzerindeki etkisinin eksene göre değiştiğini saptamıştır. Değişken fontların sunduğu esneklik sınırsız değildir ve bazı eksen bileşimleri okunabilirliği bozabilmektedir. Bu bulgu, tutarlılık ile uyarlanabilirlik arasındaki gerilimin görgül dayanağını oluşturmaktadır. Tipografi kimliği hareket ve bağlam yoluyla zenginleştirilirken okunabilirlik sınırları göz ardı edilirse, kimlik iletişimi en temel işlevini, yani okunabilir olmayı yitirebilir.

Hareketli metnin öğrenme ve dikkat üzerindeki etkisi de doğrudan incelenmiştir. Lee ve Park (2023), Humanities and Social Sciences Communications dergisinde yayımlanan çalışmalarında, hareketli metnin öğrenmeye katkısının hareketin kendisinden değil, öğretici ile öğrenci arasında kurulan ortak düşünme sürecinden kaynaklandığını öne sürmektedir. Yazarlara göre kinetik tipografi, sözlü dilin ve yazılı metnin özelliklerini bir araya getirerek içeriğin mantık akışını ve genel yapısını okura aktaran bir temsil aracıdır. Bu bulgu, kinetik tipografinin yalnızca dikkat çeken bir estetik unsur olmadığını, doğru tasarlandığında bilgi aktarımını da güçlendirdiğini göstermektedir.

Şekil 2. Değişken Font Teknolojisiyle Genişleyen Tasarım Uzayı



Şekil 2. Değişken font teknolojisiyle genişleyen tasarım uzayı. Kaynak: Yazar tarafından Lelis vd. (2022) ve Guidi vd. (2024) temel alınarak oluşturulmuştur.

4. TIPOGRAFİK KİMLİĞİN GÜNCEL GÖRÜNÜMLERİ

Tipografinin kimlik göstergesi olarak işlevi, birbiriyle örtüşen üç görünüm biçiminde somutlaşmaktadır. Bunlar sektörel kodlama, zamansal hareket ve bağlamsal uyarlanabilirliktir. Bu üç görünüm, farklı mekanizmalara dayansa da ortak bir amaca hizmet eder. Üçü de kullanıcıya, harfin arkasındaki markanın kim olduğunu sözcüklerden önce iletir.

4.1. Sektörel Tipografik Kod Sistemleri

Sektörel kodlamanın güncel görünümü tasarım basınında da izlenebilir hâldedir. It's Nice That'te Tree'nin (2026) değerlendirmesi, tipografinin artık sektöre ve markaya özgü bir kimlik beyanı olarak konumlandığını çeşitli örnekler üzerinden göstermektedir. Yazara göre tasarımcılar standart harf seti kurallarına daha az bağlı kalarak, harfin kendisini markanın karakterini taşıyan bir unsura dönüştürmektedir (Tree, 2026).

Bu gözlem tek başına kalmamaktadır. Quispillo Parra'nın (2025) sektörel bulguları ile Zhang vd. (2025) serif karakterlerin daha "etkin" algılandığına dair deneysel bulgusu birlikte okunduğunda, sektörel normdan bilinçli sapmanın ölçülebilir bir algısal sonuç ürettiği görülmektedir. Ancak etkinlik ve güç boyutlarının sıcaklık ya da güven algısına doğrudan çevrilemeyeceği vurgulanmalıdır. Bu iki boyut arasındaki ilişki henüz ampirik olarak sınanmamış bir araştırma sorusudur.

Bu sektörel kodlama örüntüsü, arayüz tasarımcısının bir projeye başlarken atması gereken ilk analitik adımı işaret etmektedir. Bu adım, hedef sektörün yerleşik tipografik beklentisini tanımlamaktır. Bu beklenti, bir kısıtlama değil, bir başlangıç referans noktasıdır. Tablo 1'de özetlendiği gibi, sektörel kod hem uyum hem de kasıtlı sapma stratejisinin temelini oluşturur. Aşağıdaki tablo, Quispillo Parra'nın (2025) sektörler arası karşılaştırmalı bulgularını özetlemektedir.

Tablo 1: Sektörel Tipografik Kod Sistemleri

Sektör	Baskın Karakter Türü	İletilen Marka Kişiliği	Kaynak
Finans	Sans serif, yalın gövde	Sadelik, profesyonellik, güven	Quispillo Parra (2025)
Teknoloji	Modern sans serif	Modernlik, okunabilirlik	Quispillo Parra (2025)
Gıda	El yazısı / uç biçimli sans serif	Tazelik, yakınlık, duyuşal çağrışım	Quispillo Parra (2025)
Moda	Serif ve sans serif (yüksek kontrast)	Zarafet, ayrıcalık	Quispillo Parra (2025)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu sektörel örüntünün ampirik temeli, güncel pazarlama yazınında da doğrudan sınanmıştır. Zhang, Teng, Xie, Wang ve Foti'nin (2025) beş çalışmadan oluşan deneysel araştırması, serif ve sans serif tipografinin marka logolarında tüketicilerin etkinlik (activity) ve güç (potency) algısını nasıl farklılaştırdığını incelemektedir. Serif logoların daha "etkin" ama daha az "güçlü" algılandığını, bu etkinin tasarım özgürlüğü ve marka değeri gibi değişkenlerle etkileşime girdiğini göstermektedir (Zhang vd., 2025). Bu bulgu, Tablo 1'de özetlenen sektörel kod tablosuna ampirik bir doğrulama sağlamaktadır. Tipografik seçimin öznel bir izlenimden çok, ölçülebilir ve tutarlı tüketici algı örüntüleri ürettiğini akademik düzeyde kanıtlamaktadır.

4.2. Arayüzde Hareketli Tipografi

İkinci görünüm biçimi, tipografinin zaman boyutunu kazanmasıdır. It's Nice That'te Tree'nin (2026) aktardığı örnekler bu görünümü somutlaştırmaktadır. Tasarımcılar harfleri büyük, üst üste yığılmış, gerilmiş ve döndürülmüş biçimde kullanarak, harflerin aynı anda arayüz, diyagram ve grafik unsuru işlevi görmesini sağlamaktadır. Lee ve Park'ın (2023) belirttiği gibi bu tür kinetik sistemlerde başlıklar yalnızca konuşmamakta, hareket ve ritim aracılığıyla adeta performans sergilemektedir.

Bu kinetik yaklaşımın nitelikli örneklerinin ortak paydası kasıtlılıktır. Lee ve Park'ın (2023) kuramsal çerçevesine göre hareket, dikkati yönlendirmek, ritmi işaretlemek ve okuyucuya metnin mantıksal akışını hissettirmek amacıyla kullanıldığında öğrenme ve anlama üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Bu, arayüz tasarımı açısından önemli bir ayrımı gerektirir. Kinetik tipografi süs amaçlı bir animasyon değil, bilgi mimarisinin bir bileşeni olarak ele alınmalıdır. Aksi hâlde kimlik göstergesi işlevini yitirip yalnızca dikkat dağıtıcı bir unsura dönüşme riski taşır.

Bu görünüm biçiminin günlük kullanılan tüketici uygulamalarına da yayıldığı görülmektedir. Lelis vd. (2022) belirttiği gibi, dinamik kimlik sistemleri artık yalnızca kampanya ve kurumsal kimlik düzeyinde değil, kullanıcıların günlük etkileşim kurduğu dijital ürünlerin temel arayüz dilinde de yerleşik bir bileşen hâline gelmektedir. Bu yaygınlaşma, kinetik tipografinin istisnai bir tasarım cesareti değil, güncel arayüz pratiğinin standart bir bileşeni olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu iki örneğin (Bose/COLLINS'in duyuşal performans odaklı sistemi ile Spotify'nın etkileşimli günlük kullanım sistemi) yan yana okunması, kinetik tipografinin arayüz tasarımında iki farklı zaman ölçeğinde işlediğini ortaya koymaktadır. Birincisi kampanya ve marka lansmanı gibi sınırlı süreli, yüksek etkili anlarda "performatif" bir işlev görürken, ikincisi günlük ve tekrarlayan kullanıcı etkileşiminde arka planda süregiden, fark edilmesi daha ince bir "ortam" işlevi görmektedir. Bu ayrım, tasarımcının kinetik tipografıyı hangi zaman ölçeğinde ve hangi yoğunlukta kullanacağına karar verirken göz önünde bulundurması gereken önemli bir değişkendir. Sürekli kullanılan bir arayüzde performatif yoğunlukta bir kinetik sistem, zamanla yorucu ve dikkat

dağıtıcı hâle gelme riski taşırken, tek seferlik bir kampanyada aynı yoğunluk etkili bir vurgu aracı olabilir.

4.3. Bağlamsal Uyarlanabilirlik

Üçüncü görünüm biçimi, tipografinin kullanıcıya ve bağlama göre kendini uyarlamasıdır. Braille Institute'ün (2025) Atkinson Hyperlegible Next fontunda somutlaştırdığı yaklaşım, kullanıcının erişilebilirlik ihtiyacına göre ağırlık ve karakter genişliğinin ayarlanabildiği bir sistem sunmaktadır. Bu tür değişken yazı karakteri mimarilerinin artık deneysel değil, üretime hazır bir teknik altyapı olduğunu göstermektedir. Guidi vd. (2024) deneysel bulguları da bu tür bağlamsal uyarlamaların, doğru yazı karakteri eksenini seçildiğinde okunabilirliği bozmadan gerçekleştirilebileceğini desteklemektedir.

Bu bağlamsal uyarlanabilirlik, tipografinin göstergebilimsel işlevini de dönüştürmektedir. Harf artık yalnızca sabit bir marka kişiliğini değil, o anki kullanıcı durumuna duyarlı, dinamik bir ilişkiyi iletmektedir. Bu noktada It's Nice That'te Tree'nin (2026) aktardığı "kasıtlı kusur" eğilimi de dikkat çekicidir. Piksel kusursuzu görünüme karşı bir tepki olarak, organik ve hafifçe "dağınık" el yazısı karakterlerin arayüzlere insan dokunuşu ve otantiklik duygusu kattığı gözlemlenmektedir. Bu gözlem, bu kitabın elde üretim göstergelerini ele alan bölümüyle doğrudan kesişmektedir. Tipografinin de bu genel eğilimden bağımsız olmadığını belirginleştirmektedir.

4.4. Erişilebilirlik ve İfade Odaklı Sistemlerin Karşılaştırılması

Bağlamsal uyarlanabilirliğin iki farklı ucu, iki somut örnekte izlenebilir. Braille Institute'ün (2025) Şubat 2025'te duyurduğu Atkinson Hyperlegible Next, az gören kullanıcılar için okunabilirliği önceleyen bir değişken font sistemidir. Yedi ağırlık, değişken ve tek aralıklı sürümler ve yüz elliden fazla dile genişletilmiş karakter desteğiyle, kimlik ifadesinden çok evrensel erişilebilirliği önceliklendiren bir tasarım felsefesini yansıtmaktadır. Buna karşılık, Zhang vd. (2025) bulguları, marka logolarında tipografik seçimin (serif ya da sans serif) doğrudan markanın duysal kimliğini hedefleyen bir strateji olarak kullanıldığını göstermektedir. Bu durumda erişilebilirlik ikincil bir kaygı olarak konumlanmaktadır.

Bu karşılaştırma, erişilebilirlik sınırı tartışmasının somut bir örneğidir. Aynı teknik altyapı (değişken font formatı), tamamen farklı iki tasarım felsefesine hizmet edecek biçimde kullanılabilir. Bu da bağlamsal uyarlanabilirliğin kendi başına ne "iyi" ne de "kötü" olduğunu, değerinin tasarımın hangi amaca (kimlik ifadesine mi, erişilebilirliğe mi, ya da ikisine birden mi) öncelik verdiğine bağlı olarak belirlendiğini açıkça sergilemektedir.

4.5. Çok Platformlu Tutarlılık Sorunu

Tipografinin kimlik göstergesi olarak işlevi, tek bir yüzeyde değil, birbirinden teknik olarak çok farklı yüzeylerin oluşturduğu bir ekosistemde sınanmaktadır. Aynı marka tipografisi, yüksek çözünürlüklü bir masaüstü ekranında, düşük parlaklıkta bir telefon ekranında, bir akıllı saatin birkaç santimetrekarelik yüzeyinde, bir e-posta istemcisinin kısıtlı biçimlendirme ortamında ve bazen de yazı karakteri yüklenemediğinde yedek sistem fontuyla karşımıza çıkmaktadır. Bu çeşitlilik, kimlik göstergesinin tasarımında hangi unsurun "taşınabilir" olduğu sorusunu merkeze taşımaktadır.

Lelis vd. (2022) bulgusu bu noktada pratik bir çözüm ilkesi sunmaktadır. Dinamik kimlik sistemlerinde en tutarlı kalan unsur temel karakter iskeletidir. İnce ayrıntılar ise değişkenlik göstermektedir. Bu ilke çok platformlu tasarıma uyarlandığında, marka tipografisinin kimlik yükünü ince tipografik ayrıntılara (özel bitiş biçimleri, ayırt edici harf detayları) değil, iskelet düzeyindeki karakteristiklere -oransal ilişkiler, x-yüksekliği, genel ağırlık dengesi- yüklemesi gerektiği sonucu çıkmaktadır. Aksi hâlde, kimlik yalnızca en yüksek kalitede görüntülenen yüzeylerde işleyecek. Küçük boyutlarda ve düşük çözünürlükte yok olacaktır.

Bu sorun, yedek yazı karakteri (fallback) senaryosunda daha da keskinleşmektedir. Bir kullanıcının bağlantısı yavaş olduğunda ya da tarayıcısı özel yazı karakterini yükleyemediğinde, marka tipografisi tümüyle devre dışı kalmaktadır. İçerik sistem fontuyla görüntülenmektedir (web safe fonts). Kimlik göstergesini tümüyle tipografiye yüklemiş bir markanın bu senaryoda tanınabilirliğini yitirmesi, tipografik kimliğin tek başına yeterli olmadığını, renk, düzen ve boşluk kullanımı gibi diğer kimlik bileşenleriyle birlikte kurgulanması gerektiğini gözler önüne sermektedir.

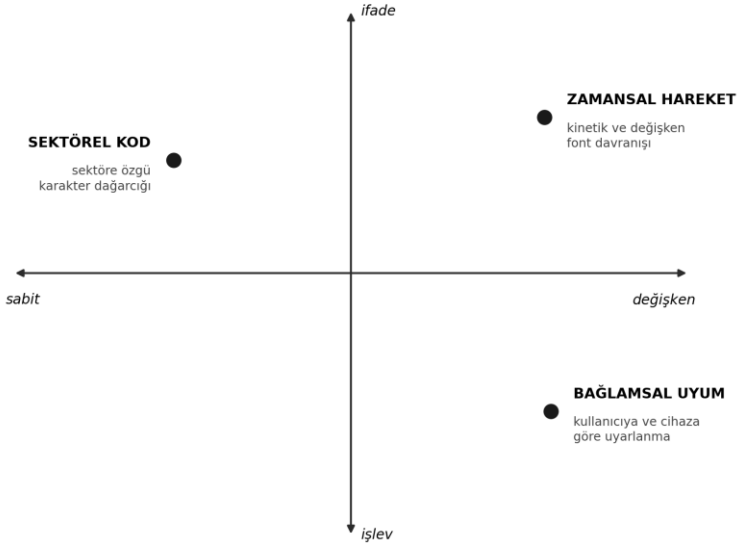
4.6. Yapay Zekâ Destekli Tipografik Karar Süreçleri

Üretken yapay zekâ araçlarının tipografik karar süreçlerine girmesi, bu üç görünüm biçiminin her birini farklı biçimde etkilemektedir. Sektörel kod düzeyinde, yapay zekâ araçları geniş bir görsel veri kümesinden öğrendikleri örüntüleri yeniden üretmektedir. Bu da ironik biçimde sektörel normlara uyumu güçlendirici bir etki yaratmaktadır. Bir tasarımcı bir yapay zekâ aracına "bir finans uygulaması için marka tipografisi" tarif ettiğinde, aracın önereceği çözüm büyük olasılıkla mevcut finans uygulamalarının ortalamasına yakın olacaktır, çünkü model tam da bu ortalamaı öğrenmiştir.

Bu mekanizmanın kimlik göstergesi açısından sonucu paradoksaldır. Kimlik, tanıma gereği ayırt edicilik üzerine kuruluyken, üretken araçlar istatistiksel olarak en olası (yani en az ayırt edici) çözüme yönelmektedir. Bu, "nötr taşıyıcıdan ana unsura" dönüşümünün karşı yönünde bir basınç oluşturmaktadır. Dolayısıyla tasarımcının üretken araçlar karşısındaki konumu, aracın önerisini kabul etmek değil, o öneriyi sektörel ortalamanın haritası olarak okuyup bilinçli sapma noktalarını belirlemek olmalıdır.

Zhang vd. (2025) serif ve sans serif karakterlerin algı üzerindeki farklı etkilerine dair bulguları, bu bilinçli sapmanın rastgele değil, ölçülebilir bir zeminde yapılabileceğini göstermektedir. Bir tasarımcı, sektörel normdan hangi yönde saparsa hangi algısal etkiyi üreteceğini önceden kestirebildiği ölçüde, üretken araçların homojenleştirici basıncına karşı stratejik bir konum alabilmektedir. Bu, bölümün tasarım pratiğine yönelik en somut çıkarımlarından birini oluşturmaktadır.

Şekil 1. Tipografi Kimlik Göstergesinin Bileşenleri:
Sabitlik ve İfade Eksenlerinde Konumlanma



Şekil 1. Tipografi kimlik göstergesinin bileşenlerinin sabitlik ve ifade eksenlerinde konumlanması. Kaynak: Yazar tarafından Tree (2026), Zhang vd. (2025) ve Braille Institute (2025) temel alınarak oluşturulmuştur.

5. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1. Tipografinin Görünmezlik İlkesinin Sorgulanması

Buraya kadarki tartışmanın çıkış noktası, Tree'nin (2026) özetlediği gözlemdir (tipografinin standart harf seti kurallarından uzaklaşıp bizzat ifade unsurunun kendisi hâline geldiği tespiti) kuramsal tartışmasının çıkış noktasıdır. Bu dönüşüm, klasik tipografi kuramının temel ilkelerinden biri olan "görünmezlik erdemi" ile doğrudan gerilim içindedir. Geleneksel yaklaşımda iyi tipografi, okuma eylemini kesintiye uğratmayan, kendi biçimsel varlığını geri plana çeken bir araçtır. Güncel arayüz pratiğinde ise tipografi çoğu zaman markanın birincil görsel sermayesi hâline gelmekte, bizzat imgenin kendisi olmaktadır.

Bu gerilim, yeni bir tercih hiyerarşisi doğurmaktadır. Lelis vd. (2022) belirttiği gibi, dinamik kimlik sistemlerinde tasarımcılar artık tipografik

unsurları hangi düzeyde sabit tutup hangi düzeyde esnek bırakacaklarına karar vermek durumundadır. Bu karar, salt estetik değil, markanın tanınabilirlik ile ifade zenginliği arasında nereye konumlanmak istediğine dair stratejik bir tercihtir.

5.2. Tutarlılık ve Uyarlanabilirlik Dengesi

Tipografik kimliğin bağlamsal olarak uyarlanabilir hâle gelmesi, marka tutarlılığı kuramıyla doğrudan gerilim yaratmaktadır. Klasik marka yönetimi yaklaşımında tutarlılık, tanınabilirliğin ön koşuludur. Ancak Lelis vd. (2022) ampirik bulguları, dinamik logolarda dahi temel karakter iskeletinin nispeten sabit kaldığını, değişkenliğin çoğunlukla ince ayrıntılarda (vuruş bağlantıları, optik düzeltmeler) yoğunlaştığını kanıtlamaktadır. Söz konusu bulgu, güncel arayüz pratiği için önemli bir ilke sunar. Bağlamsal uyarlanabilirlik, karakterin temel iskeletini değil, onun ikincil niteliklerini (ağırlık, genişlik, hareket) hedef almalıdır. Aksi hâlde kimlik göstergesi işlevi zayıflar ve marka tanınabilirliği riske girer.

Nilâ vd. (2026) kavramsal modeli bu dengeyi kurumsal iletişim düzeyinde teyit etmektedir. Yazarlara göre tipografik sistemler, paydaş algısını tutarlı biçimde şekillendirebilmesi için belirli bir öngörülebilirlik taşımalı, ancak aynı zamanda kurumsal anlatının gelişimini destekleyecek kadar esnek kalmalıdır. Bu ikili gereksinim, tam da değişken font teknolojisinin çözmeye çalıştığı teknik problemdir.

5.3. Okunabilirlik Araştırmalarının Katkısı

Bu dengenin nerede kurulacağı ölçülebilir bir sorudur. Guidi vd. (2024) deneysel bulguları, kinetik ve bağlamsal tipografi tartışmasına önemli bir ampirik denge unsuru katmaktadır. Araştırmacıların cümle düzeyinde okuma performansı üzerine yürüttüğü çalışma, değişken yazı karakteri eksenlerinin okuma hızı ve doğruluğu üzerindeki etkisinin eksene göre değiştiğini, bazı görsel varyasyonların okuma performansını gözle görülür biçimde etkilemeden kimlik ifadesi sağlayabilirken, bazılarının okunabilirliği belirgin biçimde bozabildiğini göstermektedir (Guidi vd., 2024). Bu bulgu, tasarım pratiğine önemli bir ilke sunar. Tipografik kimlik göstergesi tasarlanırken, hangi yazı karakteri ekseninin (ağırlık, genişlik, eğim, optik boyut) kimlik ifadesi için kullanılacağı rastgele değil, okunabilirlik üzerindeki ampirik etkisi bilinerek seçilmelidir.

5.4. Erişilebilirlik Sınırları

Kinetik ve bağlamsal tipografinin yaygınlaşması, erişilebilirlik açısından da bir sınır çizgisi doğurmaktadır. Braille Institute'ün (2025) erişilebilirlik odaklı yaklaşımı ilke düzeyinde bu potansiyeli göstermekle birlikte, hareketli ve sürekli değişen tipografik sistemlerin görsel işlem güçlüğü, dikkat dağınıklığı ya da vestibüler duyarlılık yaşayan kullanıcılar için ek bir bilişsel yük oluşturabileceği göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle,

kimlik göstergesi olarak tipografinin tasarımında hareketin ve uyarlanabilirliğin, erişilebilirlik standartlarıyla (örneğin hareketi azaltma tercihleri, yeterli kontrast oranları) birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu husus, bölümün tasarım pratiğine yönelik çıkarımlarının merkezinde yer almaktadır.

5.5. Kültürel ve Dilsel Çeşitlilik

Buraya kadarki örnekler ağırlıklı olarak Latin alfabesi temelli, İngilizce merkezli tasarım pratiklerinden gelmektedir. Oysa tipografik kimlik göstergesinin küresel arayüzlerde tutarlı biçimde işleyebilmesi için çok dilli ve çok alfabeli bağlamlarda da sınanması gerekmektedir. Braille Institute'ün (2025) Atkinson Hyperlegible Next fontunu 150'den fazla dili destekleyecek biçimde genişletmesi, bu ihtiyacın endüstri düzeyinde giderek daha fazla tanındığını ortaya koymaktadır. Ancak bu genişletme esas olarak Latin, Kiril ve sınırlı sayıda diğer alfabe sistemini kapsamakta, logografik (örneğin Çince, Japonca) ya da sağdan sola yazılan (örneğin Arapça, İbranice) yazı sistemlerinde kinetik ve bağlamsal tipografinin nasıl işleyeceği sorusu büyük ölçüde açık kalmaktadır.

Bu açık alan, özellikle Türkiye gibi Latin alfabesi kullanan ancak kendine özgü aksanlı karakterlere (ç, ğ, ı, ö, ş, ü) sahip dillerde çalışan tasarımcılar için de doğrudan bir uygulama sorunu doğurmaktadır. Değişken yazı karakteri sistemlerinin ve kinetik davranışların, bu karakterlerin okunabilirliğini ve görsel bütünlüğünü bozmadan uygulanabilmesi, yazı karakteri seçiminde ve sistem tasarımında ayrı bir doğrulama adımı gerektirmektedir.

5.6. Tipografik Kimliğin Zamansal Dayanıklılığı

Kimlik sistemlerinin değerlendirilmesinde göz ardı edilen bir ölçüt, tasarımın zaman içindeki dayanıklılığıdır. Bir marka tipografisi, seçildiği anda ne kadar güncel ve ayırt edici olursa olsun, birkaç yıl içinde dönemin genel üslubuna ait bir işaret hâline gelme riski taşımaktadır. Bu risk, kinetik ve deneysel tipografik sistemlerde daha yüksektir, çünkü bu sistemler, statik karakter seçimlerine kıyasla dönemin teknik olanaklarına ve üslup modalarına daha sıkı bağlıdır.

Bu gözlem, tutarlılık-uyarlanabilirlik gerilimine zamansal bir boyut eklemektedir. Lelis vd. (2022) temel karakter iskeletinin görece sabit kaldığına dair bulgusu, burada da yol gösterici olmaktadır. Zamansal dayanıklılık, kimliğin ayırt ediciliğini iskelet düzeyinde kurup dönemsel ifadeyi ikincil eksenlere yüklemekle sağlanabilmektedir. Böyle kurgulanmış bir sistem, dönem üslubu değiştiğinde kimliğini kaybetmeden kendini güncelleyebilir. Buna karşılık ayırt ediciliğini tümüyle dönemsel bir kinetik davranışa yüklemiş bir sistem, o davranış eskidiğinde bütünüyle yeniden tasarlanmak zorunda kalmaktadır.

Bu değerlendirme, kurumsal kimlik yatırımlarının ekonomisiyle de doğrudan ilgilidir. Bir kimlik sisteminin yenilenme döngüsü kısaldıkça, her yenilemenin maliyeti ve marka belleğinde yarattığı kesinti artmaktadır. Dolayısıyla tipografik kimliğin zamansal dayanıklılığı, estetik bir tercih değil, ölçülebilir bir yatırım kararıdır. Bu da yukarıda önerilen katmanlı tanımlama yaklaşımının (hangi unsurun sabit, hangisinin değişken olacağının baştan belirlenmesinin) neden yalnızca teknik değil, aynı zamanda stratejik bir gereklilik olduğunu göstermektedir.

6. TASARIM PRATİĞİNE YÖNELİK ÇIKARIMLAR

İlk olarak, tipografik kimlik sistemleri kurulurken, karakterin hangi bileşenlerinin (temel iskelet) sabit kalacağı ve hangi bileşenlerinin (ağırlık, genişlik, hareket) bağlama göre değişeceği baştan tanımlanmalıdır. Bu ayırım, Lelis vd. (2022) ampirik bulgularıyla doğrudan desteklenmektedir.

İkinci olarak, sektörel tipografik kod sistemleri kullanılırken, seçilen karakterin sektörel beklentiyle mi yoksa markanın farklılaşma stratejisiyle mi örtüştüğü açık biçimde değerlendirilmelidir. Quispillo Parra'nın (2025) bulguları, sektör normuna uyumun güven inşa ederken, normdan sapmanın dikkat çekme potansiyeli taşıdığını belirginleştirmektedir. Üçüncü olarak, kinetik ve bağlamsal tipografik sistemler tasarlanırken erişilebilirlik standartları (özellikle hareket azaltma tercihleri) baştan sisteme dahil edilmeli, kimlik ifadesi ile kullanılabilirlik arasında bir ödünleşim değil, birlikte tasarlanan bir bütün hedeflenmelidir.

Dördüncü olarak, Tablo 1'de özetlenen sektörel kod sistemleri, tasarımcının sektör normuna uyum ile farklılaşma arasında bilinçli bir tercih yapmasını gerektirir. Zhang vd. (2025) bulgularından hareketle, yapay zekâ ürünlerinin sektör beklentisinin (teknolojik, modern sans serif) dışına çıkarak serif karakterlere yönelmesi, güven telafisi sağlama stratejisi olarak okunabilir. Bu, tasarımcıların sektörel kod tablosunu yalnızca bir başvuru kaynağı değil, kasıtlı sapma için bir referans noktası olarak da kullanabileceğini göstermektedir.

Beşinci olarak, erişilebilirlik odaklı ve ifade odaklı sistemler arasındaki karşılaştırma, arayüz tasarımı ekiplerinin proje başında açıkça karara bağlaması gereken bir önceliklendirme sorusu doğurmaktadır. Tipografik sistem birincil olarak evrensel okunabilirliği mi, yoksa duyuşal/markasal ifadeyi mi hedeflemektedir? Bu soru erken aşamada yanıtlanmadığında, projenin ilerleyen evrelerinde bu iki hedef arasında çözülmesi güç çelişkiler doğabilmektedir. Bu nedenle tipografik kimlik sisteminin önceliklendirme matrisi, proje briefinin ayrılmaz bir parçası olarak ele alınmalıdır.

Altıncı olarak, arayüz tasarımı ekiplerinin tipografik kimlik kararlarını belgeleme biçimi de gözden geçirilmelidir. Geleneksel marka kılavuzları genellikle statik yazı karakteri örnekleri ve sabit kullanım kuralları sunmaktadır. Ancak kinetik ve bağlamsal tipografik sistemler için bu

belgeleme biçimi yetersiz kalmaktadır. Nila vd. (2026) vurguladığı kurumsal tutarlılık ilkesi ile Lelis vd. (2022) esneklik bulguları bir arada düşünüldüğünde, güncel marka kılavuzlarının artık yalnızca "hangi font" sorusuna değil, "hangi eksenler hangi bağlamlarda nasıl davranır" sorusuna da yanıt veren, etkileşimli ve örnek-tabanlı bir belgeleme biçimine ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Yedinci olarak, bu üç bileşenli çerçevenin (sektörel kod, zamansal hareket, bağlamsal uyum) eğitim programlarına nasıl entegre edileceği de ayrı bir değerlendirmeyi hak etmektedir. Grafik tasarım ve arayüz tasarımı müfredatlarında tipografi dersleri geleneksel olarak statik kompozisyon ilkelerine (hizalama, hiyerarşi, kontrast) odaklanmaktadır. Ancak güncel arayüz pratiği, öğrencilerin bu statik ilkelerin yanı sıra zamana yayılan davranış tasarımını (bir harfin farklı etkileşim durumlarında nasıl değişeceğini) ve sistemli düşünmeyi (bir font ailesinin tüm eksenlerinin bir bütün olarak nasıl yönetileceğini) de öğrenmesini gerektirmektedir. Bu, tipografi eğitiminin statik sayfa tasarımından sistem tasarımına doğru genişletilmesi gerektiği anlamına gelmektedir.

7. SONUÇ

Değişimin teknoloji zemini, değişken yazı karakteri standardının olgunlaşmasıdır. Tek bir dosya içinde ağırlık, genişlik ve optik boyut eksenleri arasında sürekli geçiş sağlayabilen bir karakter ailesi, tipografiyi sabit bir seçim olmaktan çıkarır ve bağlama göre davranan bir sisteme dönüştürür. Ancak bu esnekliğin bir sınırı vardır. Lelis vd. (2022) dinamik kimlik sistemleri üzerine yaptıkları çalışmada, karakterin temel iskeletinin görece sabit kaldığını, değişkenliğin ise ikincil niteliklerde yoğunlaştığını göstermiştir. Burada önerilen katmanlı tasarım ilkesi de bu bulguya dayanmaktadır.

Tipografi, içerikten bağımsız olarak da anlam üretir. Kress ve van Leeuwen'in (2006) görsel dilbilgisi çerçevesi bu durumu açıklar. Quispillo Parra'nın (2025) farklı sektörleri karşılaştıran bulguları ile Zhang vd. (2025) serif ve sans serif karakterlerin algıya etkisini ölçen deneyleri de aynı sonuca varır. Tipografinin ürettiği anlam kişisel bir izlenim değildir, ölçülebilir ve sektöre göre kodlanmış bir örüntüdür. Bu nedenle yazı karakteri seçimi bir beğeni meselesi olmaktan çıkar, markanın nasıl konumlanacağına dair bir karara dönüşür.

Tipografinin kimlik işlevi üç biçimde görünür hâle gelmektedir. Bunlar sektör kodu, hareket ve bağlama uyumdur. Üçünün de amacı aynıdır. Kullanıcıya, harfin arkasındaki markanın kim olduğunu sözcükler okunmadan önce iletirler. Aynı riski de paylaşırlar. İfade zenginleştikçe okunabilirlik sınırına yaklaşılır ve bu sınır aşıldığında kimlik iletişimi kendi temel işlevini yitirir.

Bu yüzden okunabilirlik ile ifade arasındaki ilişki, birinden vazgeçip diğerini kazanma meselesi değil, bir eşik meselesidir. Guidi vd. (2024) farklı yazı karakteri eksenlerinin okuma performansını farklı biçimlerde etkilediğini bulmuştur. Bu bulgu, eşğin her eksen için ayrı ayrı ölçülebileceğini gösterir. Böylece tartışma bir görüş ayrılığı olmaktan çıkar ve veriyle yanıtlanabilecek bir tasarım sorusuna dönüşür. Tasarımcı, kimlik ifadesi için hangi eksen kullanacağına o eksenin okunabilirliğe maliyetini bilerek karar verebilir.

Erişilebilirlik bu tabloyu tamamlar. Braille Institute'ün (2025) erişilebilirliği öne alan değişken yazı karakteri ile markaların duyulara hitap eden ifade odaklı sistemleri, aynı teknik altyapının birbirine zıt iki tasarım anlayışına hizmet edebildiğini gösterir. Erişilebilirlik ile kimlik ifadesi birbirini dışlamaz. Ancak hangisinin öncelikli olduğu proje başında açıkça belirlenmezse, ilerleyen aşamalarda çözülmesi güç çelişkiler ortaya çıkar.

Türkiye açısından ayrı bir sorun da vardır. Türkçeye özgü karakterler (ç, ğ, ı, İ, ö, ş, ü) uluslararası yazı karakteri ailelerinde çoğu zaman ikinci planda kalır. Bu durum, Türkiye'de çalışan tasarımcılar için özel karakter tasarımını bir beğeni tercihi olmaktan çıkarıp bir gereklilik hâline getirir. Aynı zamanda yerli harf tasarımcıları için belirgin bir uzmanlık alanı açar. Uluslararası alan yazını büyük ölçüde İngilizce merkezli olduğu için bu konu henüz yeterince incelenmemiştir.

Son olarak, derleme niteliğindeki bu çalışmanın bulgularının sınırları da vardır. Hareketli ve bağlama göre değişen tipografi sistemlerinin marka tanınırlığı ve kullanıcı güvenli üzerindeki uzun vadeli etkisine dair araştırmalar henüz azdır. Mevcut okunabilirlik çalışmaları da çoğunlukla Latin alfabesi kullanan dillerde ve laboratuvar ortamında yapılmıştır. Deneye dayalı, farklı alfabeleri kapsayan ve uzun süreli izleme yapan araştırmalar bu boşluğu doldurabilir. Burada önerilen üç bileşenli çerçeve, yani sektör kodu, hareket ve bağlama uyum, hem tasarım pratiği hem de bu araştırmalar için bir başlangıç noktası sunmaktadır.

REFERANSLAR

- Becer, E. (2014). İletişim ve grafik tasarım (9. bs.). Dost Kitabevi Yayınları.
- Beier, S. (2012). Reading letters: Designing for legibility. BIS Publishers.
- Braille Institute. (2025, 10 Şubat). Braille Institute launches enhanced Atkinson Hyperlegible font to make reading easier [Basın bülteni]. <https://www.brailleinstitute.org/about-us/news/braille-institute-launches-enhanced-atkinson-hyperlegible-font-to-make-reading-easier/>
- Guidi, S., Haseeb, Z., Kosovicheva, A., ve Wolfe, B. (2024). The effects of variable fonts on sentence-level reading. Journal of Vision, 24(10), Makale 1024. <https://doi.org/10.1167/jov.24.10.1024>

- Kress, G., ve van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2. bs.). Routledge.
- Lee, H.-J., ve Park, S. (2023). What drives the learning benefits of moving text? A theoretical discussion for learning implications of kinetic typography. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, Makale 169. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01646-6>
- Lelis, C., Leitão, S., Mealha, Ó., ve Dunning, B. (2022). Typography: The constant vector of dynamic logos. *Visual Communication*, 21(1), 146–170. <https://doi.org/10.1177/1470357220966775>
- Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, and students* (2. bs.). Princeton Architectural Press.
- Nila, F. A., Faisal, T. A., Akter, A., Suza, S. N., Sultan, R. I., Shaha, R. K., Ashak, A. B., ve Mannan, K. A. (2026). Typography as a business communication medium in corporate branding. *Journal of Curriculum Development Studies*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.64907/xkmf.v5i1.jocds.1>
- Quispillo Parra, M. C. (2025). Typographic strategies for reflecting a brand's personality across different industrial sectors. *Ñawi: Arte, Diseño y Comunicación*, 9(1), 189–201. <https://doi.org/10.37785/nw.v9n1.a11e>
- Tree, E. (2026). The graphic trends you'll want to bookmark for 2026. *It's Nice That*. <https://www.itsnicethat.com/features/forward-thinking-graphic-trends-2026-graphic-design-120126>
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5. bs.). Wiley.
- Zhang, M., Teng, L., Xie, C., Wang, X., ve Foti, L. (2025). Serif or sans serif typefaces? The effects of typefaces on consumers' perceptions of activity and potency of brand logos. *European Journal of Marketing*, 59(4), 879–922. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2023-0497>

Görsel Üretimde Elde Üretim İzlerinin Otantiklik Göstergesi Olarak Kullanımı

Semih DELİL¹

¹ Doç., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü.
semih.delil@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0003-0358-2344

ÖZET

Üretken yapay zekâ sistemlerinin görsel üretim süreçlerine yaygın biçimde nüfuz etmesiyle birlikte, grafik tasarım, tipografi ve dijital illüstrasyon pratiklerinde tekniğin ürettiği kusursuzluğa karşı bilinçli bir konumlanma biçimi belirmektedir. Doku, kolaj, düzensiz kontur, film tanesi ve titreşim çizgi gibi "elde üretim" göstergeleri, artık teknik yetersizliğin değil, kasıtlı bir estetik ve iletişimsel tercihin izleridir. Bu bölüm, söz konusu göstergelerin görsel kültürdeki güncel görünümünü Walter Benjamin'in aura kavramı, göstergebilimsel dizinsellik kuramı ve sahicilik tartışmaları üzerinden incelemektedir. Bölüm ayrıca bu göstergelerin izleyici tarafında nasıl algılandığını güncel kuşaklararası güven verileriyle desteklemekte ve tartışmayı yöntemsel sınırlılıklar ile ileriye dönük araştırma sorularıyla tamamlamaktadır. Bölüm, yeni bir kuram üretme iddiası taşımamaktadır. Bunun yerine 2024-2026 yılları arasında tasarım gazeteciliğinde ve akademik yazında görünür hâle gelen eğilimleri, tasarım kuramı çerçevesinde sistematik biçimde bir araya getiren derleyici bir okuma sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: otantiklik, belirtisellik, üretken yapay zekâ, elde üretim izi, görsel kültür, aura

1. GİRİŞ

Görsel üretim alanları (grafik tasarım, tipografi, arayüz tasarımı ve dijital illüstrasyon) son on yılın en köklü dönüşümünü üretken yapay zekâ sistemlerinin yaygınlaşmasıyla yaşamaktadır. Metinden görüntüye üretim modellerinin 2022 sonrasında profesyonel iş akışlarına girmesi, görsel üretimin hızını ve ölçeğini kökten değiştirmeye başlamıştır. Bu gelişme aynı zamanda tasarım pratiğinin varlıksal zeminini de tartışmaya açmıştır. Bu dönüşümün çelişkili sonucu, alan yazınında ve tasarım sektörü raporlarında belirginleşen karşıt bir eğilimdir. Teknik kusursuzluğun olağanlaştığı bir üretim ortamında tasarımcılar bilinçli olarak kusuru, dokuyu ve el izini görünür kılmaktadır. Bu eğilim, 2025 ve 2026 yıllarına ait tasarım gazeteciliğinde tutarlı biçimde belgelenmektedir. Gralnek'in (2026) Fast Company'de yayımlanan ve iF Design'ın 2026 Eğilim Raporu'na dayanan değerlendirmesine göre, üretken araçlar üretimi daha hızlı, ucuz ve tekdüze hâle getirirken, en etkili tasarımcılar bilinçli olarak tam tersi yönde hareket etmektedir. En başarılı çalışmalar anlam kurmakta, kusuru kucaklamakta ve topluluklar için tasarlanmaktadır (Gralnek, 2026). Raporda görüşlerine yer verilen Dentsu Lab Japonya'dan Naoki Tanaka'nın ifadesiyle, "kusur insanları kusursuzluğun asla başaramayacağı biçimde etkileyebilir." Buradaki temel iddia, söz konusu göstergelerin tesadüfi bir nostalji dalgası değil, otomasyon karşısında bir farklılaşma ve otantiklik stratejisi olarak okunması gerektiğidir.

Bölüm sekiz kısımdan oluşmaktadır. İkinci kısımda otantiklik ve elde üretim izlerinin kuramsal temeli, Benjamin'in aura kavramı ve

göstergebilimsel belirtisellik üzerinden kurulmaktadır. Kusurun estetik değeri karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Üçüncü kısım, otomasyonun tarihsel evrelerini özetlemektedir. Dördüncü kısımda göstergelerin güncel görsel kültürdeki üç ana görünüm biçimi (dokunsal, fotoğrafik ve çizimsel) somut örnekler üzerinden incelenmektedir. Beşinci kısım, bulguları tekinsiz vadi etkisi, farklılaşma kuramı, kuşaklararası alımlama verileri ve göstergenin doygunluk riski çerçevesinde değerlendirmektedir. Altıncı kısım tasarım pratiğine yönelik çıkarımları, yedinci kısım yöntemsel sınırlılıkları ve ileriye dönük araştırma sorularını, sekizinci kısım ise genel sonuçları sunmaktadır. Bölüm, gözleme dayalı yeni bir araştırma içermemektedir. Bunun yerine güncel alan yazını ve sektör kaynaklarını tasarım kuramı zemininde sentezleyen bir derleme niteliği taşımaktadır.

Kaynak seçiminde kuramsal çerçeve için alandaki temel eserler esas alınmıştır. Gözleme dayalı savlar için hakemli dergilerde yayımlanmış deneysel çalışmalar, güncel uygulamaların belgelenmesi için ise künyesi belli tasarım yayınları kullanılmıştır. Kapsam baştan sınırlandırılmalıdır. Burada "elde üretim izi" kavramı, üretim sürecinde gerçekten bir insan elinin veya fiziksel bir aracın kullanıldığı durumları ifade etmez. Aksine, izleyiciye bu izlenimi veren görsel göstergeleri kapsamaktadır. Bir başka deyişle, bir görselin gerçekten elle mi yoksa yazılımsal bir filtreyle mi "kusurlu" hâle getirildiği, göstergenin göstergebilimsel işlevi açısından ikincil bir meseledir. Belirleyici olan, izleyicinin görselde bir bedensel/analog müdahale okuyup okumadığıdır. Bu ayrım, örneklerin çoğunun (yapay zekâ ile üretilip sonradan elle ya da dijital araçlarla "bozulan" görseller gibi) neden hâlâ geçerli birer elde üretim göstergesi örneği sayıldığını açıklamaktadır.

2. KURAMSAL ARKA PLAN

2.1. Teknik Çoğaltma ve Aura Kavramı

Walter Benjamin'in mekanik çoğaltma çağında sanat yapıtının "aura" kaybına uğradığına dair klasik tezi, günümüz görsel üretim tartışmalarının hâlâ temel referans noktalarından biridir (Benjamin, 1968). Benjamin'e göre bir yapıtın aurası, onun biricikliğine, belirli bir zaman ve mekânda var oluşuna bağlıdır. Çoğaltma teknikleri bu biricikliği aşındırmaktadır. Üretken yapay zekâ sistemleri bu tartışmayı yeni bir eşğe taşımaktadır. Artık mesele bir yapıtın çoğaltılması değil, kaynağında hiçbir insan eylemi bulunmayan görüntülerin üretilmesidir.

Aynı sorunu güncel bağlamda ele alan Salas Espasa ve Camacho'nun (2025) sistematik derlemesi, bu noktada "yarı-aura" (semi-aura) kavramını önermektedir. Yazarlara göre yapay zekâ ürünü görüntüler, klasik anlamda bir auraya sahip olmasa da üretim sürecine dahil edilen insan müdahalesinin (istem tasarımı, seçim, düzenleme) derecesine bağlı olarak kısmi bir otantiklik değeri kazanabilmektedir. Bu çerçeve, elde üretim göstergelerini anlamak için verimli bir zemin sunar. Dokunsal iz, fotoğraf kusuru ve el çizimi, izleyiciye

"bu görüntünün üretiminde belirgin bir insan eylemi vardır" bilgisini ileten görsel işaretlerdir.

2.2. Göstergebilimsel Açıdan İz ve Nedensellik

Göstergebilimsel açıdan bakıldığında, elde üretim izleri belirtisel göstergeler olarak tanımlanabilir. Yani gösterge ile gösterilen arasındaki ilişki, nedensel bir fiziksel temasa dayanır. Fotoğraf, mürekkep lekesi ya da titrek çizgi, doğrudan bir bedenın ya da analog bir aracın izini taşır. Page ve See'nin (2025) yapay zekâ görüntü üretimi üzerine gerçekleştirdiği nitel çalışma, katılımcı tasarımcıların yapay zekâ görüntülerinde tam da bu "kazara ânı" (accidental moment) eksikliğinden rahatsızlık duyduğunu göstermektedir. Katılımcılardan biri yapay zekânın "olabilecek en kusursuz görünen fotoğrafı üretecek her türlü teknolojiye" sahip olduğunu, ancak bunun insan yapımı görüntülerin karakterini oluşturan kusurlardan yoksun bir tekdüzellik ürettiğini belirtmiştir (Page ve See, 2025).

Bu okumanın klasik dayanağı Barthes'ın (1981) fotoğraf üzerine çalışmasıdır. Barthes, fotoğrafın ayırt edici niteliğini gösterilenin bir zamanlar fiilen orada bulunmuş olmasına, yani nedensel temasa bağlamaktadır. Chandler'ın (2017) göstergebilim çerçevesi ise bu nedensel bağın kültürel kodlarla nasıl okunur hâle geldiğini açıklamaktadır. Dizinselliğin salt fiziksel bir olgu değil, aynı zamanda öğrenilmiş bir yorumlama alışkanlığı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda elde üretim izi, teknik bir eksiklik değil, belirtisel bir kanıt olarak yeniden değerlendirilmektedir. Bu kanıt, görüntünün ardında ölçülebilir ve bedene dayalı bir üretim süreci olduğunu doğrulayan bir göstergedir. Bu okuma yalnızca kuramsal bir iddia değildir. Page ve See'nin (2025) çalışmasında katılımcılar, yapay zekâ üretimi görüntülerin "aşırı gerçekçiliğinden" rahatsızlık duyduklarını, bazı görüntüleri "ürkütücü" olarak nitelendirdiklerini de aktarmıştır. Bu ikili tepki (hem estetik beğeni hem de rahatsızlık), belirtisel göstergenin neden bir dengeleme aracı işlevi gördüğünü açıklamaktadır. İzleyici, görüntüde eksik olan bedensel gönderimi, elde üretim izi aracılığıyla geri istemektedir. Bu göstergebilimsel çerçeve, güncel akademik yazında da doğrudan karşılık bulmaktadır. Ball'ın (2017) fotoğrafik önermelerin gerçekçilik ve belirtisellik biçimlerini ele aldığı çalışması, dijital fotoğrafın endekselliğinin salt fiziksel nedensellik sınırlı olmadığını, nitelik (qualia), önermeselleştirme (dicentization) ve önerme kurma gibi daha dolaylı belirtisellik biçimlerinin de fotoğrafik gerçeklik iddiasını kurduğunu göstermektedir. Bu genişletilmiş belirtisellik kuramı, elde üretim göstergelerinin (tam anlamıyla fiziksel bir temas izi taşımaları bile) neden hâlâ güçlü bir "gerçeklik önermesi" ilettiğini açıklamaktadır.

2.3. Otantiklik Kavramının Gelişimi

Otantiklik, tasarım kuramına dışarıdan gelen ve kendi tarihsel yükünü taşıyan bir kavramdır. Kavramın modern kullanımı, on sekizinci yüzyıl sonundan itibaren bireyin "kendine sadık olma" idealiyle birlikte gelişmiştir.

Yirminci yüzyılda ise iki ayrı damara ayrılmıştır. Birinci damar, nesnenin sahiciliğiyle ilgilidir. Bu, bir nesnenin iddia ettiği kökene gerçekten sahip olup olmadığı, yani sahte olup olmadığı sorusudur. İkinci damar ise varoluşsal sahiciliktir. Bu da bir ifadenin, üreticisinin gerçek deneyimini ve niyetini taşıyıp taşımadığı sorusudur. Bu ayırım, elde üretim göstergeleri tartışması için belirleyicidir, çünkü güncel tasarım pratiğinde gözlemlenen eğilim büyük ölçüde ikinci anlamda işlemektedir.

Bunu somutlaştırmak gerekirse, bir marka kimliğinde kullanılan risograf dokusu çoğu zaman gerçekte bir risograf makinesinden çıkmamıştır. Dijital ortamda üretilmiş bir doku katmanıdır. Nesne otantikliği ölçütüne göre bu bir sahtelik iddiasıdır. Ancak izleyici bu dokuyu, markanın "insani, el yapımı, samimi" bir tavır benimsediğine dair bir varoluşsal otantiklik beyanı olarak okumaktadır. Dokunun fiilen nasıl üretildiği sorusu çoğu zaman gündeme dahi gelmemektedir. Salas Espasa ve Camacho'nun (2025) önerdiği "yarı-aura" kavramı tam da bu aradaki bölgeyi adlandırmaktadır. Bu kavram, nesne sahiciliği bakımından eksik ancak varoluşsal sahicilik bakımından işlevsel olan bir gösterge düzenidir. Bu ayırımın etik bir sonucu da bulunmaktadır. Eğer elde üretim göstergesi izleyicide fiilen bir insan elinin çalıştığı izlenimi yaratıyor ve bu izlenim satın alma kararını etkiliyorsa, göstergenin fiilen dijital olarak üretilmiş olması bir tür yanıltıcı iletişim oluşturabilir. Bu sorun, gıda ambalajlarındaki "ev yapımı görünümlü" tasarımların düzenleyici kurumlarca tartışılmasıyla yapısal olarak benzerdir. Bölüm bu etik tartışmayı çözmeyi hedeflememekte, ancak elde üretim göstergesinin masum bir üslup tercihi olmadığını, tüketici algısını yönlendirme kapasitesi taşıyan ve bu nedenle etik değerlendirmeye açık bir iletişim aracı olduğunu kayıt altına almaktadır.

2.4. Kusurun Estetik Değeri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme

Kusurun estetik bir değer olarak kabul edilmesi, batı tasarım geleneğinde görece geç ortaya çıkan bir konudur. Buna karşılık başka estetik geleneklerde köklü bir yeri vardır. Japon estetiğinde wabi-sabi kavramı, eskimeyi, asimetriyi ve eksikliği kusur değil olgunluk göstergesi saymaktadır. Kırık seramiğin altın dolgu ile onarıldığı kintsugi pratiği, hasarı gizlenecek bir utanç değil, nesnenin biyografisinin görünür kılınacak bir parçası olarak ele almaktadır. Bu gelenekte kusur, tam da burada savunulan anlamda belirtisel bir göstergedir. Nesnenin bir tarihi, bir kullanımı ve bir teması olduğunu kanıtlar. Bu yaklaşımın kuramsal olarak sistemleştirilmesi son yıllarda hız kazanmıştır. Kelly, Kemper ve Rutten'in (2021) derlediği cilt, kusur, hata ve arıza üzerine dağınık biçimde gelişen eleştirel yazını ilk kez disiplinler arası bir "kusurluluk çalışmaları" çerçevesinde bir araya getirmektedir. Hamilton'ın (2020) doğaçlama, beste ve hata ilişkisini yeniden ele aldığı çalışması ise kusurun estetik değerinin, üretim sürecinin canlılığına tanıklık etmesinden kaynaklandığını öne sürmektedir. Bu argüman, bölümün belirtisellik odaklı okumasıyla doğrudan örtüşmektedir. Türkiye bağlamında Altuncu ve

Tanrıverdi'nin (2026) sanatta kusurun kavramsal ve görsel boyutlarını inceleyen çalışması, tartışmanın yerel akademik yazında da karşılık bulduğunu belirginleştirmektedir. Bu karşılaştırma, güncel elde üretim göstergesi eğilimini yerli yerine oturtmaya yardımcı olmaktadır. Söz konusu olan, Batı tasarım kültürünün icat ettiği yeni bir estetik değil. Kusuru anlam taşıyıcısı olarak gören köklü bir yaklaşımın, otomasyonun yarattığı basınç altında yeniden keşfedilmesidir.

Türkiye bağlamında bu tartışmanın ayrı bir karşılığı bulunmaktadır. Anadolu zanaat geleneklerinde (çini, hat, kilim dokuma, ciltçilik) ustanın elinin izi, kusurun kendisi değil ustalığın imzası olarak okunmaktadır. Bu koşutluğun sistematik biçimde incelenmesi ayrı bir çalışmanın konusudur. Burada yalnızca, güncel tartışmanın yerel bir zeminle ilişkilendirilebileceğine dair bir öneri olarak kayda geçirilmektedir. Yerel tasarım eğitiminde elde üretim göstergesi tartışmasının, ithal bir "trend" olarak değil, bu köklü yerel gelenekle ilişkilendirilerek ele alınması hem kuramsal olarak daha doğru hem de pedagojik olarak daha verimli bir yaklaşım olacaktır.

3. OTOMASYONUN TARİHSEL EVRELERİ

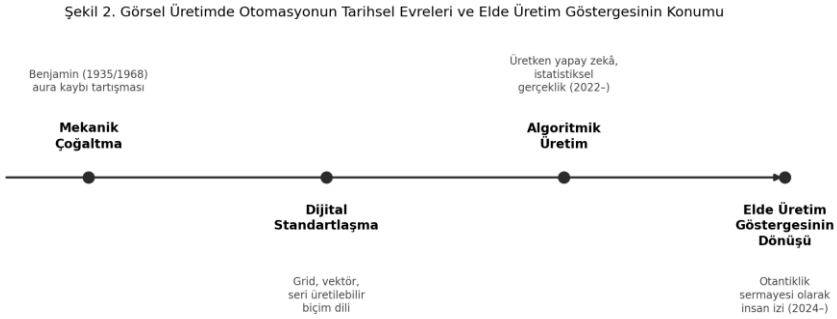
Otomasyon karşısında elin izini görünür kılma arayışı yeni bir olgu değildir. Taşbaskı ve seri fotoğraf basımının on dokuzuncu yüzyılda grafik sanatların biricikliğini tehdit ettiği dönemde de benzer bir kaygı dile getirilmiştir. Page ve See'nin (2025) görüştüğü katılımcılardan biri, üretken yapay zekânın bugünkü konumunu doğrudan taşbaskının tarihsel etkisiyle karşılaştırmaktadır. Bu tarihsel süreklilik, güncel eğilimi yalnızca 2020'li yılların bir tepkisi olarak değil, mekanikleşme karşısında tekrar eden bir kültürel refleks olarak okumayı mümkün kılar.

Gralnek'in (2026) Fast Company değerlendirmesi, bu tarihsel çizgiyi güncel bağlama taşımaktadır. Yazara göre 2026'nın en önemli tasarım öyküsü yapay zekânın kendisi değil, tasarımcıların buna verdiği tepkidir. Üretken araçlar hızlı, ucuz ve tekdüze üretim sunarken, en etkili tasarımcılar bilinçli biçimde tersi yönde hareket ederek anlam, katılım ve kusuru önceleyen bir çalışma biçimini benimsemektedir. Bu gözlem, elde üretim göstergelerinin tepkisel bir nostaljiden çok, otomasyonla müzakere eden bilinçli bir tasarım stratejisine dönüştüğünü ileri sürmektedir.

Şekil 2'de özetlendiği üzere bu süreç dört aşamada incelenebilir. Bunlar mekanik çoğaltma, dijital standartlaşma, algoritmik üretim ve elde üretim göstergesinin dönüşüdür. Bu aşamalandırmanın önemli bir yönü, otomatikleşme ile elle müdahalenin birbirini dışlamamasıdır. Aksine, güncel uygulamalarda iç içe geçerek karma bir üretim mantığı oluşturmaktadır. Nitekim Creative Bloq'ta May'in (2025) aktardığı üzere, günümüz tasarım atölyeleri çoğu zaman aynı proje içinde hem yapay zekâ destekli üretim araçlarını hem de elle müdahale aşamalarını art arda kullanmaktadır. Bu durum, tarihsel süreçte gözlenen "tepki-uyum-bireşim" örüntüsünün,

otomatikleşme teknolojileri hızla değiştikçe kısalan döngülerle tekrar edebileceğini göstermektedir.

Bu melez mantığın zemini daha eskiye uzanır. Manovich'in (2001) yeni medyanın dilini çözümlediği klasik çalışması, dijital üretimin sayısal temsil ve modülerlik gibi temel niteliklerinin, üretilen her imgeyi ilkesel olarak kusursuz ve sonsuz kopyalanabilir kıldığını göstermişti. Bugün gözlenen kusur arayışı, tam da bu yapısal kusursuzluğa karşı bir konumlanmadır. Kemper'in (2022) dijital başarısızlık estetiği üzerine çalışması bu konumlanmayı yirmi birinci yüzyıl medyasının belirleyici bir eğilimi olarak tanımlamaktadır. Akmeşe'nin (2025) iletişim tasarımı ve sinemada "glitch" hata estetiğinin anlam katmanlarını incelediği kuramsal çalışması, bu tarihsel sürekliliği doğrudan doğrulamaktadır. Yazara göre kusursuzluğun tek estetik değer ölçütü olmadığı, tersine kusurun da kendi başına bir estetik nitelik taşıyabileceği düşüncesi sanat alanında zaten kabul görmüş bir konumdur. Dijital hata ve görsel gürültüye dayanan glitch estetiği, teknik arızaları basit bir işlev bozukluğu olmaktan çıkarıp kasıtlı bir üretim stratejisine ve sanatsal ifade biçimine dönüştürmüştür (Akmeşe, 2025). Akmeşe'nin (2025) çalışması, bu dönüşümün erken dijital sanat deneylerinden günümüzün yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve metaverse uygulamalarına kadar tutarlı bir çizgi izlediğini göstermesi bakımından, önerilen dört evreli tarihsel okumayı (bkz. Şekil 2) akademik düzeyde desteklemektedir.



Şekil 2. Görsel üretimde otomasyonun tarihsel evreleri ve elde üretim göstergesinin konumu. Kaynak: Yazar tarafından Benjamin (1968), Gralnek (2026) ve Page ve See (2025) temel alınarak oluşturulmuştur.

4. ELDE ÜRETİM GÖSTERGELERİNİN GÜNCEL GÖRÜNÜMLERİ

Güncel tasarım uygulamalarında elde üretim göstergeleri tek bir biçimde değil, birbiriyle örtüşen üç ana görünümde ortaya çıkmaktadır. Bunlar dokunsal zanaat, fotoğraf kusuru ve el çizimidir. Bu üç görünüm farklı duyuşal gönderimlere dayansa da ortak bir işlevi paylaşır. Bu işlev, izleyiciye

üretim sürecinde bir insan bedeninin ya da fiziksel bir aracın varlığını işaret etmektir.

4.1. Dokunsal Zanaat Referansları

Creative Bloq'ta May'in (2025) 2026 tasarım eğilimleri değerlendirmesinde tanımlanan bu eğilim, dijital yüzeylere doku, kâğıt lekesi ve el işi referanslarını katmanlamaktadır. Landor'da küresel yaratıcı direktör Graham Sykes'in "Yapay Zekâ Karşısı Zanaatkârlık" (Anti-AI Crafting) olarak adlandırdığı bu yaklaşım, yazara göre algoritma doymuş bir dünyaya tasarımın verdiği yanıt olarak konumlanmaktadır (May, 2025). May'in (2025) aktardığı bir örnekte, bir markanın kampanyasında elle döndürülen bir kamera cam bir nesnenin etrafında gerçek spektral yansımalar yakalamakta, hiçbir bilgisayar üretimi görsel efekt kullanılmamaktadır. Bu tercih, sentetik görüntülerin doyduğu bir ortamda "tartışmasız insani" bir şey seçme kararı olarak sunulmaktadır. FutureBrand'de tasarım direktörü Charlie Beeson'ın aynı kaynakta belirttiği gibi, 2025 yılında markalar yapay zekâyı cesur üç boyutlu formlarla görsel bir kimlik kazandırırken, 2026 tasarımın insani yönüyle yeniden bağ kurmaya işaret etmektedir.

Buradaki örneklerden hareketle öne sürülebilecek bir çıkarım, dokunsal zanaat göstergesinin özellikle ambalaj tasarımı ve fiziksel-dijital geçiş yüzeylerinde (paketleme, basılı materyal fotoğrafının dijital paylaşımı) yoğunlaştığıdır. Bunun olası nedeni, bu tür yüzeylerin zaten fiziksel bir üretim sürecine (baskı, kesim, dikiş) atıfta bulunmaya doğal olarak uygun olmasıdır. Bu gözlem, dokunsal göstergenin diğer iki görünüm biçimine kıyasla daha "somut" bir belirtisellik taşıdığını, yani izleyicinin doku ile fiziksel üretim süreci arasındaki bağı daha az çıkarımsal, daha doğrudan kurduğunu düşündürmektedir.

4.2. Fotoğrafik Kusurun Kullanımı

İkinci görünüm biçimi, fotoğrafik kusuru merkeze alan bir estetik yönelimdir. May'in (2025) Creative Bloq'ta aktardığı bir başka örnek bu eğilimi somutlaştırmaktadır. Bir yapay zekâ şirketinin kendi ürününü tanıtan kampanyası dahi, yapay zekâyı insanlığın bir uzantısı olarak yeniden çerçevelemek amacıyla ham gerçeklikleri ve insani anları 35 milimetrelık film üzerinde kayda almayı tercih etmiştir. Bu tercih, yazara göre otantikliği yapaylığa bilinçli olarak yeğleyen bir karardır (May, 2025).

Bu örnekler, fotoğrafik kusurun artık teknik bir sınırlılık değil, kasıtlı bir retorik araç olduğunu göstermektedir. Cheng'in (2026) yapay zekâ ve fotoğraf ilişkisini çoklu vaka analiziyle incelediği çalışması da benzer bir sonuca varmaktadır. Yapay zekânın sanatsal duygu ve estetik etkileşimde birincil özne olamayacağını, ancak insan duygusal ifadesine, anlam arayışına ve değer üretimine hizmet ettiği ölçüde sanatsal ekosisteme gerçek anlamda katılabileceğini öne sürmektedir. Bu bulgu, fotoğrafik kusurun neden hâlâ bir

otantiklik göstergesi olarak işlediğini açıklayan kuramsal bir gerekçe sunmaktadır.

Bu görünüm biçiminin dikkat çekici bir yönü, yapay zekâ şirketlerinin kendilerinin de bu retoriği benimsemesidir. Bir yapay zekâ ürününün kampanyasında dahi film tanesi ve el kamerası estetiğinin tercih edilmesi (May, 2025), göstergenin artık yalnızca "insan yapımı ile yapay zekâ yapımı" ikiliğini işaretlemediğini, aynı zamanda teknoloji şirketlerinin kendi ürünlerini insani bir çerçeveye oturtma stratejisinin bir parçası hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, göstergenin anlamının üretici tarafından da stratejik biçimde araçsallaştırıldığını göstermesi bakımından ilerideki tartışma için önemli bir veri sunmaktadır.

4.3. Elle Çizim ve Kusurlu Kontur

Üçüncü görünüm biçimi, dijital illüstrasyon pratiğinde elle çizimin ve kusurlu konturun görünür kılınmasıdır. It's Nice That'te Tree'nin (2026) değerlendirmesine göre, tasarımcılar giderek daha az katı harf seti kurallarına bağlı kalmaktadır. Okunabilirliğin geri planda kaldığı, ifadenin öne çıktığı kolaj benzeri harf düzenleri yaygınlaşmaktadır. Yazarın aktardığı örnekler arasında, geleneksel tipografiyi bilinçli olarak bozan ve dokunsal, elle üretilmiş bir izlenim veren afiş ve harf tasarımları yer almaktadır (Tree, 2026).

Bu yaklaşımın ilginç yönü, makine yapımı ile el yapımı arasındaki gerilimde konumlanmasıdır. Tasarım süreci genellikle dijital araçlarla başlarken, sonuç kasıtlı olarak elle müdahale edilerek beklenmedik ve "kusurlu" hâle getirilmektedir. Bu durum, başlangıçta öne sürülen iddiayı doğrulamaktadır. Elde üretim izi artık teknik bir sınırın sonucu değil, üretim sürecine dair bilinçli bir estetik ve retorik tercihtir.

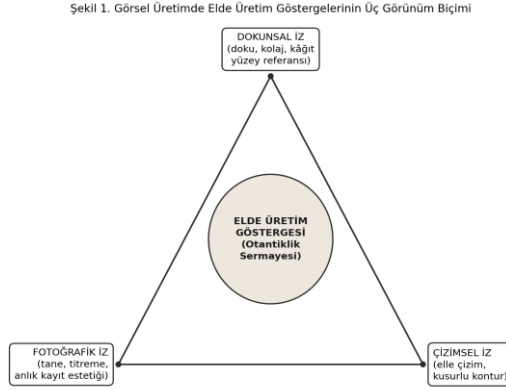
Bu görünüm biçiminin eğitimsel bir çıkarımı da bulunmaktadır. Elle çizimin kasıtlı biçimde "kusurlu" bırakılması, temel çizim ve illüstrasyon becerisinin önemini azaltmamakta, aksine artırmaktadır. Zira bir kusurun otantiklik göstergesi olarak inandırıcı biçimde işleyebilmesi, o kusurun bilinçli bir seçim olduğunun izleyiciye sezdirilmesini gerektirir. Bu da ancak temel çizim yetkinliğine sahip bir tasarımcının, o yetkinlikten kasıtlı olarak sapmasıyla mümkündür. Bu gözlem, elde üretim göstergesinin tesadüfi bir acemilik değil, usta işi bir stratejik tercih olduğunu bir kez daha teyit etmektedir.

4.4. İki Örneğin Karşılaştırılması

Üç görünüm biçimi pratikte birbirine zıt stratejik amaçlara hizmet edebilmektedir. İlk örnekte, Tree'nin (2026) aktardığı deneysel harf düzenlemeleri, okunabilirlikten bilinçli olarak ödün vererek bir ifade ve kişisel iddiası kurmaktadır. Bu örnekte elde üretim göstergesi doğrudan bir el izi değil, düzenin ve kompozisyonun kuralları bozma cesareti aracılığıyla bir insani irade duygusu iletecek biçimde kurgulanmaktadır. İkinci örnekte ise, May'in (2025) aktardığı üzere bir yapay zekâ ürününün tanıtım

kampanyası, tam tersine, teknolojinin kendisini insanlaştırmak amacıyla 35 milimetrelik film ve ham, kusurlu görüntüler kullanmıştır.

Bu iki örnek yan yana okunduğunda, elde üretim göstergesinin tek bir sabit reçeteye indirgenemeyeceği görülmektedir. İlk örnekte gösterge dijital araçlarla üretilmiş olmasına rağmen kuralı bilinçli biçimde bozarak bir insani irade iddiası kurmaktadır. İkinci örnekte ise tam tersi bir stratejiyle, dijital araçlardan bilinçli olarak kaçınılarak (analog film, bilgisayar üretimi görsel efekt kullanılmaması) bir insanilik iddiası kurulmaktadır. Bu karşıtlık, farklılaşma stratejisi kuramını somutlaştırmaktadır. Her iki marka da sahiçilik sermayesi biriktirmeyi hedeflemekte ancak birbirine taban tabana zıt görsel araçlar kullanmaktadır. Bu da elde üretim göstergesinin, belirli bir teknik reçeteden çok, "burada bilinçli bir insan kararı var" mesajını iletmeyi amaçlayan esnek bir stratejik çerçeve olarak anlaşılması gerektiğini açıkça sergilemektedir.



Şekil 1. Görsel üretimde elde üretim göstergelerinin üç görünüm biçimi. Kaynak: Yazar tarafından May (2025) ve Tree (2026) temel alınarak oluşturulmuştur.

Tablo 1: Elde Üretim Göstergelerinin Üç Görünüm Biçimi

Görünüm Biçimi	Tanımlayıcı Özellikler	Temsili Örnek	Kaynak
Dokunsal Zanaat	Doku, kâğıt lekesi, kolaj ve el işi referansları	Dijital ambalaj ve kimlik sistemlerinde kolaj katmanları	May (2025)
Fotoğrafik Kusur	Tane, titreme, sıradışı kadrāj, 35 mm film estetiği	El kamerasıyla çekilmiş kampanya görselleri	May (2025). Cheng (2026)

Görünüm Biçimi	Tanımlayıcı Özellikler	Temsili Örnek	Kaynak
Çizimsel İz	Elle çizim, kusurlu kontur, karalama, gevşek çizgi	Yapay zekâ ile üretilip elle "bozulan" illüstrasyonlar	Tree (2026)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu göstergenin psikolojik temeli, tüketici davranışı yazınında da doğrudan sınanmıştır. Fuchs, Schreier ve van Osselaer'in (2015) klasik deneysel çalışması, elde üretilmiş ürünlerin makine yapımı ürünlere kıyasla tüketiciler nezdinde neden daha cazip bulunduğunu dört ayrı deneyle incelemektedir. Bu "elde üretim etkisinin" büyük ölçüde ürünün üreticinin "sevgisini içerdiği" algısından kaynaklandığını göstermektedir (Fuchs vd., 2015). Bu bulguya göre, otantiklik sermayesi kavramına doğrudan bir psikolojik temel sağlamaktadır: dokunsal ve elle üretim göstergeleri, izleyicide yalnızca estetik bir tercih değil, üreticinin niyetine ve emeğine dair bir çıkarım da uyandırmaktadır.

Ancak bu etkinin koşulsuz olmadığı da vurgulanmalıdır. Song, He ve Jiang'ın (2023) dört çalışmadan oluşan deneysel araştırması, kişisel kontrol algısı tehdit altında olan tüketicilerde "negatif elde üretim etkisi" gözlemlendiğini, bu tüketicilerin elde üretilmiş ürünlere karşı standart ürünlere kıyasla daha az olumlu bir tutum sergilediğini gözler önüne sermektedir. Yazarlara göre bu olumsuz etki, elde üretilmiş ürünlerin (standart ürünlere kıyasla) tüketicinin psikolojik sahiplik duygusunu yeterince güçlendirememesinden kaynaklanmaktadır. Ancak ürün kişiselleştirme imkânı sunulduğunda bu olumsuz etki ortadan kalkmaktadır (Song vd., 2023). Bu bulgu, ekonomik/piyasa dinamiklerine önemli bir nüans eklemektedir: elde üretim göstergesi evrensel olarak olumlu algılanan bir sinyal değil, izleyicinin o anki psikolojik durumuna bağlı olarak farklı yönlerde işleyebilen bir göstergedir.

5. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1. Tekinsiz Vadi ve Bedensel Referansın Yitimi

Elde üretim göstergelerinin neden bu denli güçlü bir tepki uyandırdığını anlamak için, yapay zekâ görüntülerinin yol açtığı rahatsızlığın kuramsal temelini incelemek gerekir. Cheng'in (2026) çalışması, yapay zekâ üretimi imgelerin teknik olarak kusursuz görünse dahi, mekanik tekrar eden ifadeler ve doğal olmayan hareket akıcılığı nedeniyle bir "tekinsiz vadi" etkisi yarattığını, bu etkinin, imgelerin kusursuz görüldüğü hâlde insan yaşamının ayırt edici izlerinden yoksun olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, elde üretim göstergesi tam da bu "iz yoksunluğunu"

telafi eden bir müdahaledir. Görüntüye, tekinsiz vadinin dışına çıkmasını sağlayacak bedensel bir referans eklemektedir.

Fenomenolojik açıdan bu tartışma, görüntünün "orada bulunma" (Dasein) niteliğinin yapay zekâ üretiminde nasıl aşındığı sorusuna bağlanmaktadır. Cheng'in (2026) aktardığı üzere, yapay zekâ görüntülerinin bedensiz doğası, fotoğrafı gerçekliği belgeleyen bir araçtan veri kolajının simgesine indirgemektedir. Elde üretim izi, bu bağlamda bir tür telafi mekanizması olarak okunabilir: kaybolan bedensel referansı, dolaylı ama tanınabilir göstergeler aracılığıyla geri getirme girişimi.

5.2. Yoksul İmge Kavramı ve Otantiklik Sermayesi

Bu noktada Hito Steyerl'in (2009) "yoksul imge" kavramı verimli bir karşılaştırma sunar. Steyerl, düşük çözünürlüklü, sıkıştırılmış ve çoğaltılmış dijital görüntülerin, yüksek çözünürlüklü ve kusursuz görüntülerin egemenliğine karşı bir direniş biçimi oluşturduğunu ileri sürmüştür. Günümüzde elde üretim göstergeleri benzer bir işlev görmektedir. Tane, titreme ve kusurlu çizgi, yapay zekânın ürettiği pürüzsüz ve yüksek çözünürlüklü görüntü rejimine karşı konumlanan görsel bir direniş biçimidir. Ancak aradaki fark önemlidir. Steyerl'in yoksul imgesi çoğu zaman istem dışı bir teknik sınırlılığın sonucuyken, günümüz elde üretim göstergesi büyük ölçüde stüdyo ortamında kasıtlı olarak üretilmekte ve markalaşma stratejisinin bir parçası hâline gelmektedir.

Bu kasıtlılık, göstergeyi bir direniş pratiğinden bir sermaye biçimine kaydırmaktadır. Gralnek'in (2026) Fast Company'de belirttiği gibi, en etkili tasarımın artık teknik olarak en kusursuz imgeyi üretebilen değil, insanları durdurup bir şey hissettiren ve onlara bir markayla neden bağ kurduklarını hatırlatan çalışma olduğu görülmektedir. Bu gözlem, elde üretim izinin artık yalnızca estetik değil, aynı zamanda pazarlama iletişiminde güven inşa eden işlevsel bir sermaye biçimi olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

5.3. Farklılaşma Stratejisi Olarak Elde Üretim İzi

Bu bulgular bir araya getirildiğinde, elde üretim göstergelerinin ne salt bir nostalji dalgası ne de kendiliğinden bir zanaat canlanması olduğu görülmektedir. Gralnek'in (2026) belirttiği gibi, güncel eğilim yapay zekâyı reddetmek değil, onu ilgi çekici ve yaratıcı biçimlerde kullanmayı öğrenmektir. Bu bağlamda insanlığa yönelik yenilenmiş odak, elde üretim izini bu melez süreçte insan katılımının görünür kılındığı stratejik bir işaretleme aracına dönüştürmektedir. Bu okuma, göstergenin işlevini estetik tercihten farklılaşma stratejisine taşımaktadır. Üretim maliyetleri yapay zekâ ile düştükçe ve görsel homojenleşme arttıkça, elde üretim izi bir markanın ya da tasarımcının kendini rakiplerinden ayırmasını sağlayan görece kıt bir kaynak hâline gelmektedir.

Bu çerçevede elde üretim izinin geleceği, salt estetik bir tercihten çok, görsel üretim ekonomisindeki kıtlık dinamikleriyle şekillenecektir. Üretim hacmi arttıkça, insan izinin görünürlüğü daha değerli bir farklılaşma aracına dönüşecek. Bu da göstergenin kısa vadeli bir eğilim olmaktan çıkıp, otomasyon çağının kalıcı bir görsel dil bileşeni hâline gelme olasılığını güçlendirecektir.

5.4. Kuşaklararası Güven Farklılıkları

Elde üretim göstergesinin bir farklılaşma stratejisi olarak işlemesi, büyük ölçüde izleyici tarafındaki güven dinamiklerine bağlıdır. Gallup'un (2026) 14-29 yaş arası 1.572 kişiyle gerçekleştirdiği "Z Kuşağının Sesi" araştırmasına göre, Z kuşağı yalnızca insan tarafından üretilen işe, yapay zekâ destekli işe kıyasla belirgin biçimde daha fazla güvenmektedir. Katılımcıların %69'u tamamen insan işine güvendiğini belirtirken, bu oran yapay zekâ destekli işler için %28'e, tamamen yapay zekâ tarafından üretilen işler içinse yalnızca %3'e düşmektedir (Gallup, 2026).

Bu veri, iş dünyasında yapay zekâ kullanımına dair genel güven eğilimleriyle de örtüşmektedir. Gallup'un (2026) aynı araştırmasına göre Z kuşağının yapay zekâ kullanımı 2025'ten bu yana istikrarlı kalmakla birlikte, teknolojiye duyulan kuşku artmaktadır. Bu bulgu, bölümün önceki kısımlarında ele alınan elde üretim göstergesinin neden özellikle genç ve dijital yerli kitleye yönelen markalar için stratejik bir öncelik hâline geldiğini açıklamaktadır. Söz konusu gösterge, tam da güven kaybının en yüksek olduğu kitlede bir telafi mekanizması işlevi görmektedir.

Bununla birlikte bu verilerin temkinli yorumlanması gerekmektedir. Anket temelli tüketici araştırmaları, beyan edilen tutum ile fiili davranış arasında farklar taşıyabilir ve farklı araştırma kuruluşlarının metodolojik yaklaşımları karşılaştırılabilirliği sınırlandırabilir. Yine de mevcut verilerin tutarlı biçimde işaret ettiği yön açıktır. Elde üretim göstergesinin stratejik değeri, izleyici kitlesinin yaş profiline ve o kitlenin yapay zekâyı duyduğu güven düzeyine göre değişkenlik göstermektedir.

Bu gözlem, akademik pazarlama yazınındaki ampirik bulgularla da örtüşmektedir. Kumar ve Kaushal'ın (2026) 368 katılımcıyla gerçekleştirdiği yapısal eşitlik modellemesi çalışması, marka mirası ve marka nostaljisinin algılanan marka sahiçiliğini anlamlı biçimde yükselttiğini, bu sahiçilik algısının da tüketicinin markayla kurduğu duygusal bağlılığı ve markayı "kendine ait hissetme" düzeyini artırdığını göstermektedir. Söz konusu bulgu, bölümün 5.2 ve 5.3 kısımlarında tartışılan "sahicilik sermayesi" kavramına ampirik bir temel sağlamakta; elde üretim göstergelerinin neden salt estetik değil, ölçülebilir bir tüketici güveni ve bağlılığı çıktısı ürettiğini akademik düzeyde doğrulamaktadır.

5.5. Göstergenin Doygunluk Riski

Elde üretim göstergesinin farklılaşma değeri, tanımı gereği kılığına bağlıdır. Bir gösterge ne kadar yaygınlaşırsa, taşıdığı ayırt edici bilgi o kadar azalır. Ekonomi yazınındaki sinyalleme kuramının temel önermesi budur. Bu mantık, güncel eğilim için önemli bir öngörü üretmektedir: dokunun, tanenin ve kusurlu konturun her markada kullanılır hâle gelmesi durumunda, bu göstergeler "burada bir insan çalıştı" bilgisini iletme kapasitelerini yitirecek. Sıradan bir görsel üslup katmanına indirgeneceklerdir.

Bu doygunluk süreci, ampirik olarak henüz ölçülmemiş olmakla birlikte, gözlemlenebilir işaretler taşımaktadır. Film tanesi ve analog kusur filtreleri, sosyal medya uygulamalarının standart araç setine girmiştir. Tek tuşla uygulanabilir hâle gelmiştir. Bir gösterge tek tuşla üretilebildiğinde, taşıdığı emek iddiası da zayıflar. Bu noktada göstergenin işlevini koruyabilmesi için iki yol kalmaktadır. Ya taklit edilmesi güç, gerçekten maliyetli üretim biçimlerine kayılacaktır (fiilen basılmış ve yeniden taranmış materyal, gerçek analog fotoğraf, fiziksel maket) ya da göstergenin kendisi terk edilip yeni bir farklılaşma aracına geçilecektir.

Bu öngörü, farklılaşma kuramının mantıksal bir uzantısıdır ve tasarım uygulaması için doğrudan bir uyarı içermektedir. Elde üretim göstergesini benimseyen bir marka, göstergenin kendisine değil, göstergenin arkasındaki üretim gerçekliğine yatırım yaptığı ölçüde kalıcı bir ayrışma sağlayabilir. Aksi hâlde, bugün farklılaştırıcı olan gösterge iki-üç yıl içinde genel görsel gürültünün parçası hâline gelecektir. Bu gözlem, yukarıda önerilen boylamsal araştırma sorusunu (göstergenin kalıcı mı geçici mi olduğu sorusunu) daha da önemli kılmaktadır.

6. TASARIM PRATİĞİNE YÖNELİK ÇIKARIMLAR

İlk olarak, elde üretim göstergesinin kasıtlı ve stratejik biçimde kullanılması, tasarımcının yapay zekâ araçlarını dışlaması anlamına gelmemektedir. Tersine, Tree'nin (2026) ve May'in (2025) aktardığı örneklerde görüldüğü gibi, güncel pratik yapay zekâyı fikir üretimi ve ham görsel aşamasında kullanırken, sonuç aşamasında elle müdahaleyi görünür kılan hibrit bir iş akışını benimsemektedir.

İkinci olarak, arayüz tasarımı açısından bu eğilim, statik ve kusursuz görsel sistemlerden, kullanıcı bağlamına göre uyum sağlayan ve dokunsal referanslar taşıyan daha dinamik sistemlere doğru bir yönelimle örtüşmektedir (May, 2025). Üçüncü olarak, dijital illüstrasyon pratiğinde elde üretim izinin bir otantiklik sermayesi olarak konumlanması, telif ve yazarlık tartışmalarıyla da kesişmektedir. Bu kesişim, bölümün konu başlıklarından biri olan yazarlık kavramının dönüşümüyle doğrudan ilişkilidir ve ayrı bir bölümde ele alınmayı hak etmektedir.

Dördüncü olarak, kuşaklararası güven farklılıklarına ilişkin veriler, elde üretim göstergesinin hedef kitleye göre farklılaştırılmış biçimde

konumlandırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Genç ve dijital yerli kitlelere yönelik markalar için bu gösterge, güven inşasında görece daha yüksek öncelik taşıyabilirken, farklı yaş profillerine sahip kitlelerde stratejinin ağırlığı değişebilir. Tasarım eğitiminde bu farklılaşmanın, salt estetik bir tercih değil, hedef kitle araştırmasına dayanan stratejik bir karar olarak öğretilmesi önerilmektedir.

Beşinci olarak, göstergenin üç görünüm biçimi (dokunsal, fotoğrafik, çizimsel) arasındaki seçim de rastgele yapılmamalıdır. Yukarıda tartışıldığı üzere, her görünüm biçimi farklı bir üretim mantığına ve farklı bir belirtisellik derecesine karşılık gelmektedir. Dokunsal göstergeler görece daha "somut" bir fiziksel üretim iddiası taşırken, çizimsel göstergeler daha çok bir üslup ve niyet beyanı olarak işlemektedir. Tasarımcının hangi görünüm biçimini seçeceği, markanın hangi tür bir otantiklik iddiası kurmak istediğine (somut bir zanaat geleneğine mi, yoksa daha genel bir insani dokunuşa mı) bağlı olarak belirlenmelidir.

Altıncı olarak, bulguları tasarım eğitiminde bir müfredat önerisine dönüştürülebilir. Elde üretim göstergesinin bilinçli kullanımı, öğrencinin hem geleneksel üretim tekniklerine (baskı, kolaj, elle çizim, analog fotoğraf) hem de dijital üretim araçlarına aynı anda hâkim olmasını gerektirmektedir. Bu iki yetkinliğin ayrı dersler olarak değil, tek bir üretim mantığının iki yüzü olarak öğretilmesi. Öğrencinin bir işi hangi aşamada hangi araçla üreteceğine dair stratejik karar verme becerisini geliştirecektir. Yukarıda vurgulandığı gibi, inandırıcı bir kusur ancak temel yetkinliğe sahip bir tasarımcının o yetkinlikten kasıtlı sapmasıyla üretilebilmektedir. Dolayısıyla bu eğilim, temel beceri eğitiminin önemini azaltmak bir yana, onu yeniden merkeze almaktadır.

Yedinci ve son olarak, 5.5 kısmında tartışılan doyumluk riski, tasarım atölyeleri ve markalar için somut bir stratejik uyarı içermektedir. Elde üretim göstergesine yapılan yatırım, göstergenin yüzeysel biçimine değil, arkasındaki üretim gerçekliğine yönlendirildiği ölçüde savunulabilir bir konum üretmektedir. Fiilen basılmış ve yeniden taranmış materyal, gerçek analog çekim ya da fiziksel maket gibi maliyetli üretim biçimleri, tek tuşla uygulanabilen filtrelerden farklı olarak taklit edilmesi güç bir ayrışma sağlamaktadır. Bu ayrım, buraya kadarki tartışmanın pratik özetidir. Gösterge, arkasındaki gerçeklikle ilişkisini koruduğu sürece anlam taşımaktadır. Bu ilişki koptuğunda ise yalnızca bir biçim katmanına indirgenmektedir.

7. SINIRLILIKLAR VE İLERİYE DÖNÜK ARAŞTIRMALAR

Derleyici bir okumanın kaçınılmaz sınırlılıkları burada da geçerlidir. Öncelikle, güncel pratiği belgeleyen kaynakların önemli bir kısmı tasarım gazeteciliğinden ve stüdyoların kendi anlatılarından oluşmaktadır. Bu kaynaklar güncel eğilimleri belgelemekte güçlü olsa da sistematik örnekleme ve şeffaf metodoloji açısından akademik ampirik araştırmalar kadar sağlam

bir temel sunmamaktadır. Bölümde bu sınırlılığı kısmen dengelemek amacıyla hakemli akademik kaynaklara (Cheng, 2026, Page ve See, 2025, Salas Espasa ve Camacho, 2025) öncelik verilmiş olsa da elde üretim göstergesinin izleyici algısı üzerindeki etkisine dair kontrollü ampirik araştırmalar alan yazınında hâlâ sınırlıdır.

İkinci olarak, örneklerin büyük çoğunluğu Kuzey Amerika ve Batı Avrupa merkezli marka ve stüdyo pratiklerinden derlenmiştir. Bu durum, elde üretim göstergesinin farklı kültürel bağlamlarda (örneğin otantiklik kavramının farklı biçimlerde kodlandığı toplumlarda) nasıl özümselediğine dair sonuçların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Üçüncü olarak, kuşaklararası güven verileri anket temelli olup, gerçek satın alma davranışı ya da uzun vadeli marka güveni üzerindeki etkiyi doğrudan ölçmemektedir.

Bu sınırlılıklar gelecekteki araştırmalar için üç somut soru önermektedir. Birincisi, kontrollü deneysel tasarımlar, elde üretim göstergesi içeren ve içermeyen eşleştirilmiş görsel çiftleri kullanarak göstergenin algılanan sahicilik ve marka güveni üzerindeki etkisini sayısal olarak ölçebilir. İkincisi, kültürler arası karşılaştırmalı çalışmalar, sahicilik göstergelerinin farklı görsel kültürlerde nasıl farklı biçimlerde kodlandığını inceleyebilir. Üçüncüsü, boylamsal araştırmalar, elde üretim göstergesinin kısa vadeli bir eğilim mi yoksa kalıcı bir tasarım dili bileşeni mi olduğunu birkaç yıllık bir gözlem penceresinde sınayabilmektedir.

8. SONUÇ

Çıkış noktası, ilk bakışta çelişkili görünen bir gözlemdi. Teknik kusursuzluğun üretim kuralı hâline geldiği bir dönemde tasarımcılar kusuru, dokuyu ve elin izini bilinçli olarak görünür kılmaktadır. Bölüm boyunca bu gözlemin rastlantısal bir biçim eğilimi değil, otomasyon karşısında geliştirilmiş bir konumlanma biçimi olduğu savunulmuştur.

Kuramsal düzeyde bu konumlanma üç ayrı damardan beslenmektedir. Benjamin'in (1968) hâle kaybı savı, üretken yapay zekâ ile birlikte yeni bir eşiğe taşınmıştır. Artık bir yapıtın çoğaltılması değil, kaynağında hiçbir insan eyleminin bulunmadığı görüntülerin üretilmesi söz konusudur. Salas Espasa ve Camacho'nun (2025) önerdiği yarı-hâle kavramı, bu yeni durumu tanımlamak için verimli bir ara sınıf sunmaktadır. Belirtisellik kuramı ise Barthes (1981), Chandler (2017) ve Ball'ın (2017) çizgisinde, elde üretim izinin neden salt bir görsel etki değil, üretim sürecine dair bir kanıt olarak okunduğunu açıklamaktadır. Üçüncü damar, kusuru estetik bir eksiklik değil, olgunluk göstergesi sayan geleneklerdir. Wabi-sabi ve kintsugi uygulamalarından Anadolu zanaat geleneklerine uzanan bu çizgi, güncel eğilimin icat edilmiş değil, yeniden keşfedilmiş bir tavır olduğunu göstermektedir.

Ampirik düzeyde bölüm, göstergenin üç görünüm biçiminde (dokunsal, fotoğrafik ve çizimsel) ortaya çıktığını ve her birinin farklı bir belirtisellik

derecesi taşıdığını ortaya koymuştur. Dokunsal gösterge fiziksel üretime en doğrudan atıfta bulunurken, çizimsel gösterge daha çok bir biçim ve niyet beyanı olarak işlemektedir. Bu ayrım, tasarımcının hangi göstergeyi seçeceğini rastgele değil, markanın kurmak istediği sahiçilik iddiasının türüne bağılı bir karar olduğunu belirginleştirmektedir.

Göstergenin izleyici tarafındaki karşılığı ise koşulsuz değildir. Fuchs vd. (2015) elde üretim etkisine dair bulguları göstergenin psikolojik temelini doğrulamaktadır. Song vd. (2023) olumsuz elde üretim etkisi bulgusu ise bu etkinin izleyicinin psikolojik durumuna göre tersine dönebileceğini ortaya koymaktadır. Gallup'un (2026) kuşaklar arası güven verileri, göstergenin stratejik ağırlığının hedef kitleye göre belirgin biçimde değiştiğini göstermektedir. Bu üç bulgu bir arada okunduğunda, elde üretim göstergesinin evrensel olarak olumlu algılanan bir sinyal olmadığı, bağlama duyarlı biçimde işleyen bir iletişim aracı olduğu sonucu çıkmaktadır.

Temel iddia bu noktada netleşmektedir. Elde üretim izi geçici bir nostalji dalgası değil, otomasyon ekonomisinde farklılaşma ve güven inşa etme işlevi gören bir sermaye biçimidir. Ancak bu sermayenin değeri, tanımı gereği kıtlığına bağılıdır. Analog kusur filtrelerinin tek tuşla uygulanabilir hâle gelmesi, göstergenin taşıdığı emek iddiasını şimdiden aşındırmaktadır. Bu nedenle bölüm, göstergeyi benimseyen tasarımcı ve markaların yüzeysel biçime değil, arkasındaki üretim gerçekliğine yatırım yapmaları gerektiği sonucuna varmaktadır. Aksi hâlde bugün ayrıştırıcı olan işaret, birkaç yıl içinde genel görsel gürültünün parçası hâline gelecektir.

Bu sonuç, tasarım eğitimi açısından da doğrudan bir çıkarım üretmektedir. İnandırıcı bir kusur, ancak temel üretim yetkinliğine sahip bir tasarımcının bu yetkinlikten bilinçli olarak sapmasıyla mümkündür. Dolayısıyla söz konusu eğilim, geleneksel beceri eğitiminin önemini azaltmak bir yana, onu yeniden merkeze almaktadır. Yerel bağlamda ise tartışmanın ithal bir eğilim olarak değil, Anadolu zanaat geleneklerindeki ustalık imzası anlayışıyla ilişkilendirilerek ele alınması hem kuramsal açıdan daha doğru hem de eğitsel açıdan daha verimli bir yaklaşım sunmaktadır.

Son olarak, bölümün derleyici niteliği bulgularının sınırlarını da belirlemektedir. Elde üretim göstergesinin izleyici algısı üzerindeki etkisini kontrollü biçimde ölçen çalışmalar alan yazınında hâlâ sınırlıdır. Göstergenin farklı kültürlerde nasıl karşılandığı ve uzun vadeli kalıcılığı ise büyük ölçüde yanıt bekleyen sorular olarak durmaktadır. Bölümde önerilen deneysel, kültürler arası ve boyamsal araştırma gündemi, bu derleyici okumayı ampirik temelde sınamak isteyen araştırmacılar için bir başlangıç noktası sunmaktadır. Bu doğrultuda yürütülecek çalışmalar, otomasyon çağında insan izinin görsel kültürdeki yerini yalnızca betimlemekle kalmayacak, aynı zamanda ölçülebilir hâle getirecektir.

REFERANSLAR

- Akmeşe, Z. (2025). The aesthetics of imperfection: A theoretical evaluation of the meaning layers of glitch aesthetics in communication design and cinema. *CINEJ Cinema Journal*, 13(2), 812–844. <https://doi.org/10.5195/cinej.2025.905>
- Altuncu, A. P., ve Tanrıverdi, Y. (2026). The aesthetics of imperfection: Conceptual and visual dimensions of flaw in art. *Veredas do Direito*, 23, Makale e235122. <https://doi.org/10.18623/rvd.v23.5122>
- Ball, C. (2017). Realisms and indexicalities of photographic propositions. *Signs and Society*, 5(S1), S154–S177. <https://doi.org/10.1086/690032>
- Barthes, R. (1981). *Camera lucida: Reflections on photography* (R. Howard, Çev.). Hill and Wang. (Orijinal eserin yayım tarihi 1980)
- Benjamin, W. (1968). The work of art in the age of mechanical reproduction (H. Zohn, Çev.). H. Arendt (Ed.), *Illuminations içinde* (ss. 217–251). Harcourt, Brace & World. (Orijinal eserin yayım tarihi 1935)
- Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics* (3. bs.). Routledge.
- Cheng, S. (2026). The emotional and aesthetic integration of AI and photography from an aesthetic empowerment perspective based on multi-case analysis. *Cogent Arts & Humanities*, 13(1), Makale 2640297. <https://doi.org/10.1080/23311983.2026.2640297>
- Fuchs, C., Schreier, M., ve van Osselaer, S. M. J. (2015). The handmade effect: What's love got to do with it? *Journal of Marketing*, 79(1), 98–110. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0018>
- Gallup. (2026, 8 Nisan). Gen Z's AI adoption steady, but skepticism climbs. <https://news.gallup.com/poll/708224/gen-adoption-steady-skepticism-climbs.aspx>
- Gralnek, L. (2026, 7 Temmuz). 5 trends in design right now. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/91570208/5-trends-in-design-right-now>
- Hamilton, A. (2020). The aesthetics of imperfection reconceived: Improvisations, compositions, and mistakes. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 78(3), 289–302. <https://doi.org/10.1111/jaac.12749>
- Kelly, C., Kemper, J., ve Rutten, E. (Ed.). (2021). *Imperfections: Studies in mistakes, flaws, and failures*. Bloomsbury Academic.
- Kemper, J. (2022). Glitch, the post-digital aesthetic of failure and twenty-first-century media. *European Journal of Cultural Studies*, 26(2), 261–277. <https://doi.org/10.1177/13675494211060537>
- Kumar, V., ve Kaushal, V. (2026). Role of brand heritage and nostalgia in developing perceived brand authenticity. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 75(1-2), 36–53. <https://doi.org/10.1108/GKMC-08-2023-0289>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- May, T. (2025, 23 Aralık). Texture, warmth and tactile rebellion: The big graphic design trends for 2026. Creative Bloq. <https://www.creativebloq.com/design/graphic-design/texture-warmth-and-tactile-rebellion-the-big-graphic-design-trends-for-2026>
- Page, R., ve See, J. S. (2025). Creative reflections on image-making with artificial intelligence: Interactions with a provocative 'camera'. N. Yamashita, V. Evers, ve K. Yatani (Ed.), *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human*

- Factors in Computing Systems içinde. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3706598.3713529>
- Salas Espasa, D., ve Camacho, M. (2025). From aura to semi-aura: Reframing authenticity in AI-generated art—A systematic literature review. *AI & Society*, 40, 6727–6759. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02361-3>
- Song, J., He, D., ve Jiang, Y. (2023). The negative handmade effect: How and why control deprivation thwarts desire for handmade products. *Psychology & Marketing*, 40(7), 1431–1445. <https://doi.org/10.1002/mar.21812>
- Steyerl, H. (2009). In defense of the poor image. *e-flux Journal*, 10. <https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/>
- Tree, E. (2026). The graphic trends you'll want to bookmark for 2026. It's Nice That. <https://www.itsnicethat.com/features/forward-thinking-graphic-trends-2026-graphic-design-120126>

