



Yapay Zekâ Yoluyla Erken Cumhuriyet Dönemi Film Afişlerinin Yeniden Yorumlanması: *İstanbul Sokaklarında* Film Afişi Üzerine Bir Deneme ¹

Meltem CEMİLOĞLU ² - Halit Turgay ÜNALAN ³

Başvuru Tarihi: 19.06.2023

Kabul Tarihi: 17.10.2023

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

1923 yılında Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte film afişleri, filmlerin tanıtımında önemli bir rol oynamış ve Türk film endüstrisinin büyümesine katkı sağlamıştır. Afişler, filmlerin tanıtımında önemli bir araç olarak işlev görür ve bu bağlamda bir filmin başarısındaki rolü yadsınamaz. Film endüstrisi büyüdükçe, filmlerin reklamının ve tanıtımının önemi de artmıştır; sinema afişleri yapım teknikleri ve görsel içerik açısından daha sofistike hale gelmiştir. Sinema tarihinin ilk dönemlerinde film afişlerinin tasarımı geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilirken, teknolojik ilerlemelere bağlı olarak zamanla bilgisayar destekli tasarım yöntemleri benimsenmiştir. Türk sinema tarihindeki film afişlerine bakıldığında da paralel gelişmeler gözlenir. Türk sinema tarihinin de başlangıcından bu yana, film afişlerinin tasarımı gelenekselden bilgisayar destekli tasarımlara doğru evrilmiş; yeni trendler, teknikler ortaya çıkmıştır. Bu çalışma ile erken Cumhuriyet dönemi sineması (1923-1940) ve bu bağlamda film afişlerinin gündeme getirilerek tasarım ve sinemanın geleceğini oluşturacak yapay zekâ perspektifinden analiz edilmesi ile yapay zekâ algoritmaları yoluyla afiş tasarımında güncel yaklaşımların kullanım potansiyelinin ortaya konulması amaçlanır. Çalışma nitel doküman analizi yöntemiyle Erken Cumhuriyet döneminde afiş tasarımı yapılan ilk film olan *İstanbul Sokaklarında* (Muhsin Ertuğrul, 1931) film afişi ve aynı afişin yapay zekâ (AI) algoritmasıyla yeniden tasarlanması ve analiz edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Orijinal ve yeni tasarım afişler yapı, tasarım, mesaj ve içerik bağlamında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Cumhuriyet Dönemi, Türk Sineması, Film Afişi, Görsel Tasarım, Yapay Zekâ

Atıf: Cemiloğlu, M. ve Ünalın, H. T. (2023). Yapay zekâ yoluyla Erken Cumhuriyet dönemi film afişlerinin yeniden yorumlanması: *İstanbul sokaklarında* film afişi üzerine bir deneme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(Özel Sayı), 455-478.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, mcemiloglu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8779-7555

³ Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, htunalan@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2815-8358



Reinterpretation of Film Posters from the Early Republican Period Using Artificial Intelligence: A Study on The Film Poster of *İstanbul Sokaklarında*

Meltem CEMİLOĞLU⁴ - Halit Turgay ÜNALAN⁵

Submitted by: 19.06.2023

Accepted by: 17.10.2023

Article Type: Research Article

Abstract

With the establishment of the Republic in 1923, film posters became pivotal in promoting movies, significantly contributing to the growth of the Turkish film industry. As the film sector expanded, the importance of advertising and promoting films grew, leading to the development of more sophisticated movie posters in terms of both production techniques and visual content. In the early days of Turkish cinema, movie posters were crafted using traditional methods, but over time, technological advancements ushered in a shift towards computer-aided design techniques, and these parallel developments are evident when examining the history of Turkish cinema posters. The study at hand specifically zooms in on the cinema of the early Republican era, spanning from 1923 to 1940. In this context, it employs artificial intelligence to analyze film posters. A primary subject of analysis is the poster for "İstanbul Sokaklarında" (Muhsin Ertuğrul, 1931), the first film for which a designed poster was created during the early Republican period. Additionally, the study conducts an analysis of a redesigned version of the same poster using an AI algorithm. Both the original and redesigned posters undergo a comprehensive analysis, encompassing their structure, design, message, and content. By harnessing AI algorithms, this research aims to shed light on how modern approaches in poster design can be applied to film posters from the early Republican period, effectively marrying traditional aesthetics with contemporary techniques and technologies.

Keywords: Republican Period, Turkish Cinema, Film Poster, Visual Design, AI

⁴ Anadolu University, Faculty of Communication Science Faculty, Cinema and Television Department, mcemiloglu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8779-7555

⁵ Anadolu University, Open Education Faculty, Visual Communication Design Department, htunalan@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2815-8358



Giriş

Görsel kültürün kökenleri, insanların iletişim kurmak amacıyla imgeleri kullanma çabalarına kadar uzanır. İlk resimlerin ve çizimlerin, tarih öncesi döneme, yani Paleolitik çağa kadar dayandığı düşünülmektedir. Mağara duvarlarına yapılan bu resimler, o dönemin insanların yaşam tarzlarını, avlanma sahnelerini ve inançlarını yansıtan görsel anlatımlardır. Bu duvar resimleri, insanların görsel ifade yetenekleri ve sembolik ifadelerinin dışavurumunun ilk örnekleri olarak nitelendirilebilir.

Antik dönemde, Mısır, Yunan, Roma ve Anadolu uygarlıkları, görsel kültürün gelişimine önemli katkılarda bulunmuşlardır (Honour ve Fleming, 2009). Uygarlıklar tarih boyunca heykeller, tapınaklar, evlerdeki freskler ve mozaikler gibi görsel unsurları kullanarak günlük yaşamı, tanrıları ve mitolojik hikayeleri temsil etmişlerdir. Orta Çağ döneminde kiliselerde dini temalı vitraylar, parşömenlere yazılmış eserler, mozaikler ve freskler görsel sanatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Rönesans dönemi, görsel kültürün gelişimi açısından bir devrim niteliğindedir. Bu dönemde, sanatçılar perspektif, anatomi ve tasarım tekniklerini kullanarak son derece gerçekçi eserler ortaya koymuşlardır.

Sanayi Devrimi ile birlikte, teknolojideki gelişmeler görsel kültürün yayılmasını hızlandırmıştır. Fotoğraf makineleri, sinema kameraları ve basım yayıma yönelik yeni araçlar, görsel iletişimin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda, sinema ve televizyon, 20. yüzyılın başlarında görsel kültürün anahtar unsurları haline gelmiştir (Gunning, 1990). Özellikle sinema, görsel anlatı yöntemlerini yeniden tanımlayarak, görsel kültürdeki temsil biçimlerini radikal bir şekilde dönüştürmüştür (Elsaesser ve Hagener, 2010).

Afişler bir olayı duyurmak, bilgi vermek, farkındalık yaratmak, reklam ve tanıtım amaçlarıyla kullanılan görsel ve yazılı elemanların bir kompozisyon dahilinde tasarlandığı görsel tasarım ürünleridir. Farklı bir ifadeyle "Ticari veya kültürel olsun, tüm afişler, toplumun yapısıyla ilgili mesajları haykıran grafik objelerdir." (Çetin, 1989, s. 15) Afişler, sosyal bilinçlendirme, kültürel etkinlikler, reklam, etkinlik tanıtımı ve siyasi kampanyalar gibi birçok alanda yaşamın içerisinde önemli bir gösterge olarak yer alır.

Film afişleri, tarih boyunca yaşanan olayları, toplumsal hareketleri ve dönemin sosyal dokusunu yansıtarak kültürel bir bellek oluşturur. Bu afişler, bir filmin özünü, hedef kitlenin özellikleri göz önünde bulundurularak estetik bir şekilde tek bir görselde tasarlamayı amaçlar.

Çok sayıda film afişinin ve jeneriğinin tasarımcısı olan Saul Bass'ın ifadesiyle "Film jeneriği tasarlamak, bir film afişi tasarlamak gibidir: durumu alır ve tek bir kavram, bir metafor veya anlatılması gereken bir arka plan hikayesine ya da tanıtılması gereken bir karaktere dönüştürürsünüz." Hansmann'a göre ise afişler "dağıtımının filmle ilgili finansal beklentisini yansıtan bir ticari enstrüman olarak tanımlanır ve aynı zamanda kitlelerin nabzını etkilemek için görsel bir çağrı olarak olarak tanımlanabilir" (Akt. Noyan, 2009, s.233/2).

Film afişleri görsel semboller arasında önemli bir yer tutar. İnsanlar sinema filmlerine ait afişleri görerek, film hakkında birçok bilgiye sahip olurlar. Dolayısıyla izleyiciler seçim yaparken afişler büyük bir etkiye sahiptir. Afişler, filmi temsil ederken aynı zamanda izleyiciye filmin atmosferini, hikayesini ve karakterlerini aktarır. Görüntüleri, renkleri, kompozisyonları ve tipografik öğeleriyle izleyicide ilgi uyandırır ve onları filme çekmeye çalışır.

Bu nedenle, afişlerin tasarım süreci son derece önemlidir. İyi bir afiş tasarımı, filmi doğru şekilde yansıtmalı ve izleyici ile etkili bir iletişim kurmalıdır. Afişler, sadece film endüstrisinin bir reklam aracı olarak değil, aynı zamanda bir tasarım ürünü olarak da değer taşır. Afişler, tasarımın estetik kaygularıyla birlikte iletişim amacını da başarıyla birleştirmesi gerekir.

Tasarım, tarih boyunca teknolojik ve sanatsal gelişmelere uyum sağlama yeteneğiyle tanınan bir disiplindir. Bu uyum, tasarımın sürekli bir evrim içinde olduğunu ve çevresindeki değişikliklere duyarlı bir şekilde geliştiğini göstermektedir. Özellikle son dönemlerde, bilişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler ve dijital dönüşüm, tasarım alanını etkileyen temel faktörlerden bazılarıdır. Bu etkiler, tasarım süreçlerini ve yaratıcılığı kökten değiştirmiştir.

Yapay zekâ teknolojileri, büyük veri analizi, görüntü tanıma ve işleme gibi farklı alanlardaki gelişmelerle birlikte, tasarım disiplininde de büyük bir etki yaratmıştır. Günümüzde yapay zekâ algoritmaları, özellikle film afiş tasarımıyla önemli bir rol üstlenmektedir. Bu algoritmalar, film afişlerini daha etkili, dikkat çekici ve hedef kitle ile etkileşim kurabilen bir biçimde tasarlama konusunda büyük katkı sağlar. Renk seçimi, kompozisyon düzenlemesi ve tipografik unsurlar gibi tasarım faktörlerini optimize ederek, izleyicilerin ilgisini çekebilen afişlerin oluşturulmasına olanak tanır.

Agah Özgüç (2010, s. 22), Erken Cumhuriyet dönemi ilk afişleri ile ilgili olarak, Cumhuriyet ve “harf devrimi” sonrası, Muhsin Ertuğrul’un yönettiği *İstanbul Sokaklarında* (1931) filminin afişinin Güzel Sanatlar Akademisi hocalarından Vedat Ar tarafından yapılmış olduğunu aktarır ve 1931 tarihli söz konusu afişin ilk yerli film afişi olarak kabul edildiğini ifade eder. Bu çalışma Türk sinemasında, Erken Cumhuriyet döneminde tarihlenen, ilk afiş tasarımı yapılan *İstanbul Sokaklarında* (Muhsin Ertuğrul, 1931) isimli filmin afişi ve aynı afişin yapay zekâ algoritmasıyla yeniden tasarlanması üzerinedir. Bu çalışmanın amacını gerçekleştirebilmek için, öncelikle alan yazınına dayalı olarak Türk sinemasının başlangıcına, afiş tasarımının önemine, Erken Cumhuriyet dönemi (1923-1940) film afişlerinin özel niteliklerine ve günümüzde afiş tasarımıyla kullanılan teknolojilerden biri olan yapay zekâ nın görsel tasarıma ve insan-teknoloji etkileşimine olan etkisine dair bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma, Türk sinema tarihine odaklanarak, Erken Cumhuriyet döneminden günümüze kadar olan bir perspektiften yola çıkmakta ve bilinen ilk film afişini yapay zekâ teknolojisi kullanarak yeniden tasarlama amacını taşımaktadır. Aynı zamanda, bu araştırma, o dönem filmlerin afiş tasarımlarına ışık tutma ve böylelikle kültürel değerlere katkı sağlama görevini üstlenmektedir. Bu yaklaşım, hem tarihsel değerlerin korunması ve kültürel hafızanın güçlendirilmesi vizyonunu benimserken, hem de geleceğin akademik araştırmaları için referans teşkil edecek kapsamlı bir kaynak oluşturma potansiyelini taşımaktadır.

Türkiye Sinemasının Başlangıcı ve Gelişimi

Türk Sineması, yüz yıldan fazla bir süre boyunca, toplumun ve kültürün dönüşümüne tanıklık eden ve bu dönüşümleri belgeleyen bir araç olarak varlığını sürdürmüştür. Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarında sinemanın ortaya çıkması, Batı'dan getirilen sinematograf makinesinin kullanılmasıyla gerçekleştirilmiştir. Lumière Kardeşler'in 1895 yılında Paris'te gerçekleştirdiği ilk sinema gösterisi, Osmanlı İmparatorluğu'nda da dikkat çeker. Bu dönemde sinema, büyük bir ilgiyle karşılanır ve hızla popüler hale gelir. Osmanlı topraklarında ilk sinema gösterimleri, özellikle büyük şehirlerde gerçekleştirilir.

Türkiye'de sinemanın tarihi, Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarında, 1900'lerin başında başlar. Bu dönemde sinemanın Osmanlı İmparatorluğu'nda popülerlik kazanmasıyla birlikte, Türk girişimciler film ithalatına yönelmeye başlar. Yabancı filmler Türkiye'ye getirilerek izleyicilerle buluşturulur. Ayrıca Türk girişimciler, kendi sinema salonlarını açarak yerli ve yabancı filmleri göstermeye başlar. Bu dönemde sinema salonları, izleyiciler için önemli bir eğlence mekanı haline gelir ve sinema endüstrisinin gelişimine katkı sağlar (Özön, 1962).

İlk Türk filmi olarak kabul edilen Fuat Uzkınay'ın 1914 tarihli *Ayastefanos Rus Abidesinin Yıkılışı* filmi, Türk Sinemasının başlangıcını işaret eder (Scognamillo, 2003).⁶ Bu film, Osmanlı İmparatorluğu'nun Rus-Türk Savaşı sırasında Ayastefanos'ta yaşadığı yenilgiyi konu alır. Film, Türk sinemasının doğuşunu sembolize eden bir yapıttır ve Türk izleyicileri sinema sanatıyla tanıştıran önemli bir kilometre taşıdır. Ayrıca bu erken dönem filmi, Türk sinemasının geleceğini belirleyen kritik bir dönemi yansıtmakta olup Türk sinemasının ilerleyen seyrini şekillendirmiştir.

Cumhuriyetin 1923'te kurulmasından bu yana, sinema Türkiye'de önemli bir kültür kurumu olmuştur. Bu aynı zamanda film afişlerinin önemini arttırdığı bir dönemdir. Film afişleri, filmlerin reklamını yapmak ve izleyicileri onları izlemeye ikna etmek için kullanılan güçlü bir araçtır. Aynı zamanda bir film ile potansiyel izleyicileri arasındaki ilk temas noktası olarak hizmet ederler ve bu nedenle bir filmin başarısında çok önemli bir rol oynarlar (Katz, 2001).

Erken Cumhuriyet Dönemi (1923-1940) Film Afişlerinin Özellikleri ve Tasarımları

Sinema tarihinin başlarında, film afişleri geleneksel tekniklerle, özellikle litografi tekniği kullanılarak üretilirdi. Bu afişler genellikle sade ve düz bir tipografiye sahipti ve içerik olarak oyuncuların gerçeğe yakın illüstrasyonlarını içerirdi. Monokrom veya sınırlı renk düzenleri yaygın olarak kullanılırdı. 1930'ların sonlarına doğru, teknolojik ilerlemeler ve özellikle fotoğrafın kullanımının yaygınlaşması ile film afişleri tasarımında değişiklikler görülmeye başlandı. Fotoğrafın yaygınlaşması ile afişlerde oyuncuların gerçek fotoğraflarının kullanılması da görülmeye başlandı.

Türk sinema tarihi içerisindeki film afişleri de bu gelişmeyi takip etmiştir. Erken Cumhuriyet dönemi, Türk sinemasının gelişimi için önemli bir dönemdir. Bu dönemde, Türk sinemasının ulusal kimliğini oluşturma çabaları göze çarpar. Erken Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde afiş tasarımı, gerek ulusal kimliği oluşturma çabaları gerekse sanatsal etkileşimlerin sonucu olarak kendine özgü bir karakter kazanmıştır. Bu dönemde afişler, modernleşme sürecindeki Türkiye'nin sosyal ve kültürel değişimlerini yansıtan önemli görsel araçlar olmuştur.

Geleneksel Türk sanatlarının modern tasarımla bütünleşmesi, bu dönem afişlerinde özgün bir estetik oluşturmuştur. Osmanlı'dan devralınan tezhip, minyatür ve hat sanatı gibi geleneksel sanatlar, modern grafik tasarım teknikleriyle birleşerek afişlerde yer bulmuştur. Özellikle Latin alfabesine geçiş sürecinde, tipografik tasarımda harflerin estetiği, geleneksel hat sanatının etkisi altında şekillenmiştir (Sarı ve Taşova, 2019). Erken Cumhuriyet dönemi film afişlerinin özellikleri ve tasarımları da bu sürecin bir yansımasıdır.

Osmanlı'nın son döneminde çekilen *Ayastefanos Rus Abidesinin Yıkılışı* (1914) filminin miladıyla devamında *Himmet Ağa'nın İzdivacı* (Fuat Uzkınay, 1917), *Pençe* (Sedat Simavi, 1917), *Casus* (Sedat Simavi, 1917), *Himmet Ağa'nın İzdivacı* (Sigmund Weinberg ve Fuat Uzkınay, 1918), *Mürebbiye* (Ahmet Fehim Efendi, 1919), *Binnaz* (Ahmet Fehim Efendi, 1919), *İstanbul'da Bir Facia-i Aşk / Şişli Güzeli Mediha Hanım'ın Facia-i Katli* (Muhsin Ertuğrul, 1922), *Boğaziçi Esrarı* (Muhsin Ertuğrul, 1922)(Görsel 1) filmleri çekilmiştir (Özön, 1968, s. 39-43). Bu filmler dışında Şadi Fikret Karagözlüoğlu'nun yönetmenliğini üstlendiği ve oyuncu olarak

⁶ "Türkiye'nin sinema tarihinde önemli bir konu olan "Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı" adlı film, pek çok tartışmayı beraberinde getirir. Bu 1914 yapımı kısa belgesel, ne yazık ki tıpkı birçok erken dönem filmi gibi günümüze ulaşamamıştır. Filmin gerçekte var olup olmadığı, kimin tarafından çekildiği, yapımcısının kim olduğu, seyirciyle buluşup buluşmadığı ve nasıl bir sonla karşılaştığı konularında farklı iddialar bulunmaktadır. "İlk Türk filmi" olup olamayacağı ya da "Türk sineması"nın başlangıcı olarak kabul edilip edilmeyeceği de birçok farklı görüşe sahip olmuştur. Filmin ötesinde, bu film hakkında yazılan literatür ve filmin üzerinden inşa edilen tarihsel ve ideolojik anlamlar da kendi başına bir tartışma konusu haline gelmiştir." Odabaşı, İ. (2018). "Ayastefanos Filmi Hakkında Yeni Bilgiler ve Sinema Haberleri Gazetesi", *Müteferrika* 53 (2018): 100. Fuat Uzkınay'ın "Ayastefanos Abidesinin Yıkılışı" (1914) adlı filmini Türkiye'de sinemanın başlangıcı kabul edilir ve çevrilen ilk Türk filmi denir. Ancak filmin kendisinin ve filme ait belgelerin olmayışı, ayrıca bu filmi gören şahıslara da rastlanmayışı nedeni ile bu konu henüz tartışılmaktadır Evren, B. (1995). *Sinema Tarihimizin Bilinmeyen İlk Filmleri*, Antrakt, Sayı. 45, s.48-49.

yer aldığı Bican Efendi (1922) film serisi de dönemin önemli filmleri arasındadır (Şener, 1979, s. 89-90). Bu çalışmanın araştırma konusu olan Erken Cumhuriyet dönemindeki film afişleri bağlamında, Muhsin Ertuğrul'un yaptığı *Sözde Kızlar* (1924)(Görsel 2), *Ateşten Gömlek* (1923)(Görsel 3) filmleriyle Türk Sinema tarihi başlamıştır ancak bu filmlerin tanıtımları afiş yerine el ilanlarıyla yapılmıştır (İnanoğlu, 2004, s. 15-19).



Görsel 1. Boğaziçi Esrarı (Muhsin Ertuğrul,1922)



Görsel 2. Sözde Kızlar (Peyami Safa, 1924)



Görsel 3. Ateşten Gömlek (Muhsin Ertuğrul, 1923)

Erken Cumhuriyet dönemi film afişlerine dair bilgi, oldukça sınırlıdır çünkü bu döneme ait film afişleri genellikle günümüze ulaşmamıştır. Bununla birlikte, Vedat Ar bu dönemin tanınmış tasarımcılarından biridir. *İstanbul Sokaklarında* (1931) isimli filmin afişini tasarlamış ve aynı zamanda filmin dekor tasarımını da üstlenmiştir. Bu dönemde, çeşitli reklam ajansları ve matbaalar tarafından yapılan anonim tasarımlar da mevcuttur.

Daha sonraki dönemlerde film afişlerinin tasarımı konusunda öne çıkan isimler arasında, Celal Esat Arseven, Mithat Ağakay, Erol Ağakay, Firuz Aşkın, Mehmet Bal, Kemal Börteçin, Cemal Dünder, İbrahim Enez, Münif Fehim, Karlotti, Bedri Koraman, Mimcim Mithat, Oral Orhon, Çetin Özkırım, Mehmet Tekdal ve Remzi Türemen gibi sanatçılar yer alır (Özgüç,2010). Ancak bu isimler, genellikle Erken Cumhuriyet dönemini takip eden 1950'li ve 1960'lı yıllarda aktif olan tasarımcılardır. Bu tasarımcılar, genellikle tasarım okullarının mezunu olmasalar da reklam grafikleri ve illüstrasyon alanında deneyim sahibi ressam ve grafik tasarımcılardır. Bu tasarımcılar çoğunlukla yabancı illüstratörleri kendilerine referans alırlardı.

Erken Cumhuriyet döneminde afişi tasarlanan ve tamamını Muhsin Ertuğrul'un yönettiği *İstanbul Sokaklarında* (1931), *Cici Berber* (1931)(Görsel 5), *Karım Beni Aldatırsa* (1933)(Görsel 4), *Söz Bir Allah Bir*

(1933), *Aysel Bataklı Damın Kızı* (1934)(Görsel 7), *Aynaroz Kadısı* (1938)(Görsel 6), *Bir Kavuk Devrildi* (1939)(Görsel 8), *Taş Parçası* (1939)(Görsel 9), *Allah'ın Cenneti* (1939)(Görsel 10) filmlerinin afişleri mevcuttur (İnanoğlu, 2004, s. 15-19).



Görsel 4. Karim Beni Aldatırsa (1933) Görsel 5. Cici Berber (1931) Görsel 6. Aynaroz Kadısı (1938)



Görsel 7. Aysel Bataklı Damın Kızı (1934) Görsel 8. Bir Kavuk Devrildi (1939)



Görsel 9. Taş Parçası (1939) Görsel 10. Allah'ın Cenneti (1939)

Erken Cumhuriyet döneminin film afişleri, gerçekçi, toplumsal içerikli, figüratif ve illüstrasyon ağırlıklı afişlerdir. Afişlerin kompozisyonlarında genellikle monokrom veya sınırlı parlak, kontrast renk kullanımları; okunabilirliği yüksek, düz bir tipografi; statik, simetrik, düz kompozisyonlara dayalı olarak tasarlanmışlardır.

Afişlerdeki tasarım anlayışı, dönemin toplumsal atmosferini yansıtmaya amacını taşımaktadır. Türk Sineması, Cumhuriyetin kuruluşundan itibaren ulusal bir kimlik oluşturma ve modernleşme sürecine katkıda bulunma hedefiyle ilerlemiştir. Bu nedenle, Erken Cumhuriyet dönemi film afişleri, bu idealleri ve değerleri de yansıtmaktadır.

***İstanbul Sokaklarında* (Muhsin Ertuğrul, 1931) Film Afişi**

Cumhuriyet ve harf devrimi sonrası Muhsin Ertuğrul'un (1892-1979) yönetmenliğini yaptığı *İstanbul Sokaklarında* adlı film, Türk sinemasında afiş tasarımı yapılan ilk filmidir (İnanoğlu, 2004, s. 15-19). Bu önemli başarı, sinemanın grafiksel ve görsel temsilindeki gelişimin bir kilometre taşıdır. Afiş, Güzel Sanatlar Akademisi hocalarından Vedat Ar (1907-2001) tarafından tasarlandı (Özgüç, 2010, s. 22). Afişin tasarımında kullanılan Art Deco tarzı, Ar'ın çağdaş tasarım anlayışının bir göstergesidir ve aynı zamanda bu dönemdeki popüler tasarım akımlarını yansıtır. Art Deco sanat akımı I.ve II. Dünya savaşları arasında (1920'lerde ve 1930'larda) ortaya çıkan ve gelişen bir tasarım anlayışıdır. Art Deco etkisinde tasarlanan afişler, geometrik şekiller, fov ve dikkat çekici renkler, aerodinamik formlar ve lüks modernite duygusu ile karakterize edilen dönemin ayırt edici sanatsal ve tasarım stilini yansıtır. Art Deco afişler genellikle göz alıcı ve stilize figürler, etkili tipografi ve çarpıcı görsel kompozisyonlar içerir, hem renklerde hem de şekillerde güçlü kontrastlıklar kullanılır. Etkili görseller oluşturmak için genellikle koyu kırmızılar, maviler, sarılar ve metalik canlı tonlar ağırlıktadır. Geometrik desenler, zikzaklar ve diyagonal elemanlar, simetrik ve asimetrik tasarımlar afişlere dinamizm ve özgünlük katan unsurlardır.

Yukarıda da bahsedildiği üzere Vedat Ar'ın Art Deco tarzında tasarladığı *İstanbul Sokaklarında* (Muhsin Ertuğrul, 1931) film afişi, bu çalışma bağlamında, Türk sinemasının gelişiminde bir dönüm noktasını temsil eder. "1930'lara gelindiğinde, sinemada elde edilen birikim, Türk sinema geleneğinin temellerini atma noktasında belirleyici bir rol oynamıştır. Ancak, bu birikim Türkiye'deki sinema sektörünü aktif bir biçimde şekillendirme kapasitesine henüz sahip değildi. Tiyatronun sanatsal bir faaliyet olarak değerlendirildiği, buna karşın sinemanın ise daha alt seviyede bir eğlence formu olarak algılandığı bir dönemde" (Özön, 1995, s. 23), sinema genellikle tiyatronun ekonomik destekleyicisi veya maddi gelir sağlayan bir yan faaliyet olarak kabul ediliyordu (Soysüren ve Yıldız, 2017, s. 95-96). Bu nedenle- afişlerin, sinemanın popülerleşmesine katkıda bulunan önemli bir görsel araç olması nedeniyle- Erken Cumhuriyet döneminde tasarlanan film afişlerinin Türk sinemasındaki rolü ve önemi göz ardı edilemez.

1930'lu yıllarda sesli filme geçiş, yeni hikaye anlatım tekniklerini beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, *İstanbul Sokaklarında* filmi bu dönüşümü görsel olarak da yansıtan afişi ile dikkat çekmektedir. Afiş hem Erken Cumhuriyet döneminden bugüne ulaşabilen Türk sinemasının ilk afişi olması nedeniyle hem de dönemin geleneksel tarzından ve biçimsel öğelerinden sıyrılarak Art Deco tarzında geometrik öğeler ile stilize edilmiş olması bakımından önemlidir. 1931'de sinema ve görsel sanatların bir araya gelmesiyle elde edilen etkileyici sinerji günümüze kadar değişen teknoloji ve tasarım anlayışına paralel olarak Türk sinemasında günümüze kadar süregelmiştir.

Yapay Zekâ ve Görsel Tasarım

Bilişim teknolojilerinin yükselişi, tasarım dünyasında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bilgisayar destekli tasarım (CAD) yazılımları, tasarımcılara ürünlerini daha hızlı ve hassas bir şekilde geliştirme olanağı sunmuş, böylece tasarım süreçlerini büyük ölçüde iyileştirmiştir.

Günümüzde yapay zekâ, tasarım ve stil aktarımından veri görselleştirme ve kullanıcı deneyimi tasarımına kadar uzanan uygulamalarla, görsel tasarım sürecinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Elgammal, 2018). Yapay zekâ'nın ilk tartışılmaya başlandığı dönemde daha metinsel tabanlı olarak programlanan sistemler, görüntüleme teknolojilerinin gelişimi ile görüntülerin anlamlandırılması, görüntü işleme tekniklerinde yapay zekâ tabanlı görsel algılama sistemlerinin kullanımı gibi uygulama alanları oluşturmuştur. Derin öğrenme ve sinir ağları gibi makine öğrenimi algoritmaları, tasarımcıların daha karmaşık ve sofistike görsel çıktılar oluşturmaya olanak sağlar (Gatys ve diğerleri, 2016).

Lopez De Mántaras (2016) çalışmasında yapay zekâ'nın sanatta yaratıcılığı teşvik etmek ve geliştirmek için bir araç olarak kullanılabileceğinden ve hesaplamalı yaratıcılığın, sanat, müzik ve edebiyat gibi yaratıcı çıktılar üretebilen sistemler ve algoritmalar geliştirmeye odaklanan yapay zekâ'nın bir alt alanı olduğunu vurgular. Gene Mántaras'a (2016) göre hayal gücü, sezgi ve problem çözme gibi insanın yaratıcı yönlerini simüle etmek için algoritmaların, makine öğreniminin ve diğer hesaplamalı yaklaşımların kullanılmasının alana ve sanatçıya sağlayacağı katkıların yüksek olduğu görüşünü benimser. Hesaplamalı yaratıcılığın, insan yaratıcılığının yerini almaktan ziyade, insan yaratıcılar ve yapay zekâ sistemleri arasındaki işbirlikçi bir ortaklık olarak görülmesi gerektiğini vurgular.

Baskın ve Baskın (2022) görsel iletişim tasarımında uygulama süreçlerinde yapay zekâ'nın kullanım süreçlerini inceledikleri çalışmada yapay zekâ algoritmalarının görsel tasarım uygulama aşamalarında ne gibi katkılarda bulunduğunu örneklendirerek açıklamaya çalışmışlardır. Yapay zekâ'nın yaratıcılık ve estetik gibi konularda bir asistan olarak destek verebileceği bir süreçten, tamamen otomatikleşen ve otonom bir tasarım sürecine evrilebileceği bir durumu örneklemiştir. Çalışmada günümüz teknolojisi ile yapay zekâ uygulamalarının tasarım sürecinde insan faktörü olmadan özgün ve yaratıcı eserler ortaya çıkarabileceği ya da destekleyici bir araç olarak kullanıldığında ise tasarım sürecine ayrılan eforu azaltarak zamandan tasarruf edilebileceği öngörülmüştür.

“Ünlü ve Yaşar'a göre (2021b), müzik, mimari ve görsel sanat alanlarında, akıllı algoritmalar şimdiye kadar insanın yararlanabileceği faaliyetlerde kısmi etkiler meydana getirmiştir, ancak sinema, makine yaratıcılığı kavramına ve sanatsal ortak yaratıcılar olarak algoritmaların cazibesine kendini daha çok kaptırmıştır. Film, özellikle karmaşık, çok aşamalı ve çok modlu olarak, yapay zekâ teknolojilerini kullanmaktadır. Ayrıca, görüntü, grafik, özel efekt ve animasyon oluşturmada yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılmaktadır.” (Akt. Işık ve Darı, 2023, s. 69).

Ünlü ve Yaşar'ın (2021b) görüşlerinden yola çıkarak farklı bir ifade ile yapay zekâ, görsel iletişim tasarımında yaratıcı süreci hızlandırarak, özgün ve yaratıcı eserler ortaya çıkarabilir veya tasarım sürecine harcanan eforu azaltarak zaman tasarrufu sağlayabilir. Bu, film afişlerinin tasarım sürecine direkt olarak uygulanabilir ve potansiyel olarak tasarım sürecini daha verimli hale getirirken aynı zamanda daha özgün ve etkileyici afişler yaratılabilir.

Yapay zekâ'nın görsel tasarıma entegrasyonunun, verimlilik ve zaman açısından avantajlar sağlamanın yanı sıra, tasarım süreci içerisinde insanın rolünün azalabileceği, yaratıcılığın etkisini kaybedebileceği ve tasarımcıların süreç dışında kalabileceği gibi endişeleri de beraberinde getirmektedir. Simon'a göre (1996) Tasarımcılar yapay zekâ önerilerine ve otomatikleştirilmiş süreçlere giderek daha fazla bağımlı hale geldikçe, eleştirel düşünmenin azalması ve tasarım sürecinin sezgisel yönlerinden potansiyel olarak kopma riski de vardır. Yapay zekânın, tasarımın sezgisel yönlerinden kopuşu doğurabileceği ve yaratıcılığı sınırlandırabileceği görüşünün aksine Domingos (2015) yapay zekânın hesaplama ve algoritma gücünün tasarımcılara, çoğu insan zihninin tasarım aşamasında fark edemeyeceği daha geniş olasılıklar dizisi sunarak beklenmedik, yeni ve yaratıcı tasarım sonuçlarına yol açabileceğini savunmaktadır.

Sonuç olarak, tasarımın teknoloji ve sanatla yakın ilişkisi, tasarım süreçlerini ve yaratıcılığı evrimleştirmiştir. Bilişim teknolojilerinin ve dijital dönüşümün etkisiyle, tasarım alanı daha erişilebilir ve daha yenilikçi hale gelmiştir. Bu gelişmeler, tasarım dünyasını daha da heyecan verici bir geleceğe doğru yönlendirmektedir.

Yöntem

Doküman analizi, “gözlem ve görüşmenin olanaklı olmadığı durumlarda veya araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla araştırılan probleme ilişkin olarak yazılı ve görsel materyallerin araştırmaya dahil edilmesini içeren (Yıldırım ve Şimşek, 2004, s.153)” yazılı ve görsel dokümanların sistematik olarak incelenmesini kapsayan nitel bir araştırma yöntemidir. Belgeler, kitaplar, makaleler, mektuplar, raporlar ve hatta film afişleri gibi çok çeşitli materyalleri içerebilir. Film afişleri bağlamında, filmin pazarlama stratejisi, hedef kitlesi ve kültürel önemi hakkında fikir edinmek için doküman analizi kullanılabilir.

Etkileyici bir pazarlama aracı olarak hizmet veren bir film afişi, potansiyel izleyicileri çekmek ve film hakkında bilgilendirmek için tasarlanır. Tipik olarak, film hakkında temel bilgileri birlikte aktaran görüntüler, tipografi, renkler ve kompozisyon gibi çeşitli öğeleri içerir. Bu çalışma, Erken Cumhuriyet döneminde çekilen ve Türk Sinema tarihinde afiş tasarımı yapılan ilk filmin (*İstanbul Sokaklarında*) afişi ve aynı afişin 2023 yılında Midjourney V 5.1.'le yeniden tasarlanması ve bu iki afişin görsel ve içerik bileşenlerinin analizi üzerinedir. Bu analiz nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesiyle gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bu çalışma mevcut görsel tasarıma yönelik yapay zekâ algoritmalarından biri olan Midjourney V 5.1 ile sınırlıdır.

Erken Cumhuriyet dönemindeki bir film afişi ile aynı filmin 2023 yılında yeniden tasarlanmış versiyonunun analizi, afiş tasarımındaki dönüşümü ve bu dönüşümde insan ve teknoloji etkileşiminin rolünü ortaya koymak bağlamında önemlidir. İnsan-teknoloji etkileşimi, genel bir ifade ile insanların teknolojik yeniliklerle nasıl etkileşim kurduğunu, onlardan nasıl etkilendiğini ve şekillendirdiğini, insanlar ve bilgisayarlar arasındaki arayüzlerin incelenmesi ve tasarımı olarak tanımlanabilir. Lev Manovich'e göre insanlar ve bilgisayarlar arasındaki etkileşim, salt arayüz tasarımının ötesine geçerek daha geniş bir kültürel ve toplumsal anlatıyı kapsamaktadır. Bu arayüz, dijital eserlerle etkileşime girdiğimiz zaman kültürel gelenekler ve bağlamlarla da etkileşime girdiğimiz anlamına gelir (Manovich, 2001). Bu bağlamda çalışma, zaman içinde sinema afişlerinin nasıl değiştiğini ve bu değişimin temel olarak teknolojinin ilerlemesi ve yapay zekâ'nın tasarım süreçlerine dahil olmasıyla nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır.

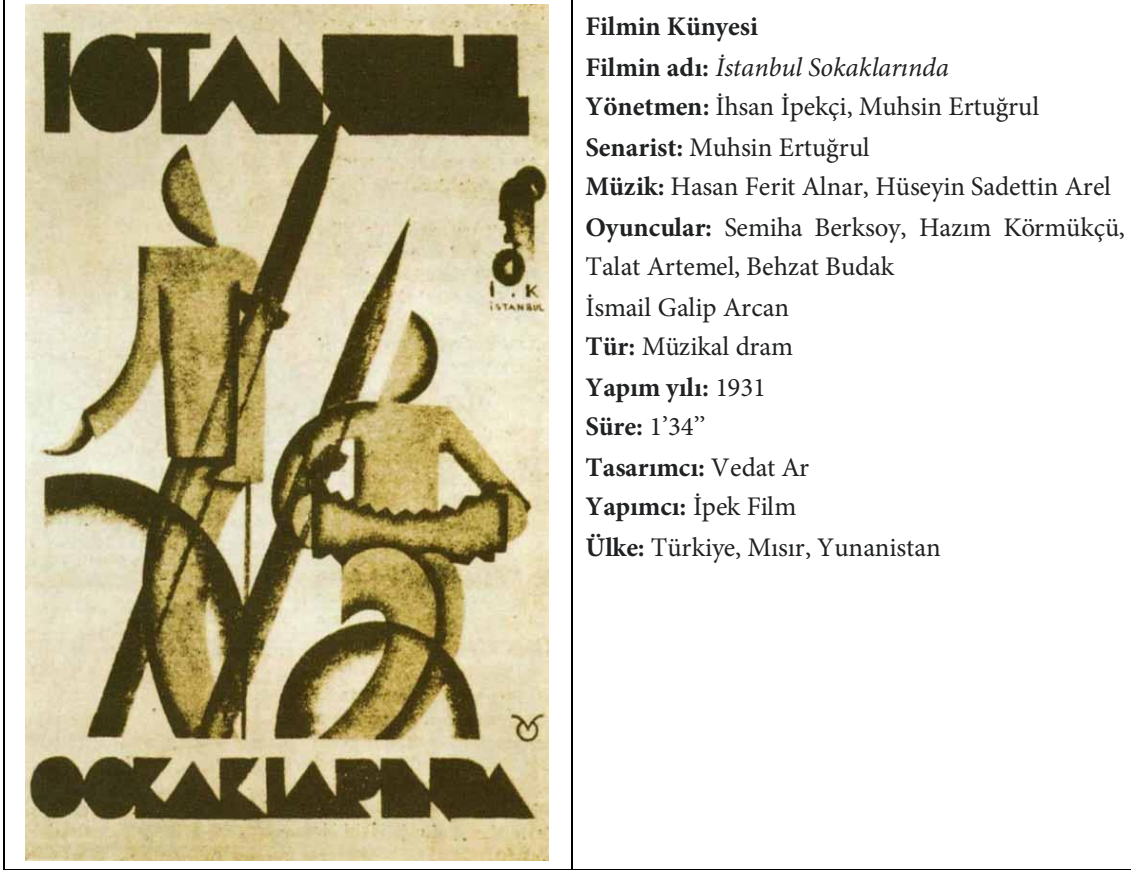
Yapay zekâ, birçok endüstride olduğu gibi, film endüstrisinde de tasarım süreçlerini dönüştürmüştür. Tasarımcılar, genellikle bir filmi temsil eden karmaşık görsel imgeler oluşturmak için yapay zekâ'yı kullanmaktadırlar. Bu teknoloji, özellikle yeniden tasarım süreçlerinde önemli bir araç haline gelmiştir. Midjourney V 5.1 tarafından yeniden tasarlanan 2023 tarihli afişin analizi, yapay zekâ'nın tasarımları nasıl etkilediğini ve genel olarak afiş tasarımının nasıl evrimleştiğini göstermektedir.

Bulgular ve Tartışma

Bu çalışmada, Erken Cumhuriyet döneminde çekilen ve Türk Sinema tarihinde afiş tasarımı yapılan ilk filmin (*İstanbul Sokaklarında*) afişi ve aynı afişin 2023 yılında Midjourney V 5.1.'le yeni tasarımı ve bu iki afişin görsel, içerik bileşenleri incelenmiştir.

Bu inceleme için ilk olarak araştırmacılar tarafından afiş değerlendirme rubriği geliştirilmiştir. Bu araştırma da kullanılan rubrik, afiş tasarım ilkeleri ve elemanları ile film afişlerinin (yapı-tasarım, mesaj-içerik) özellikleri referans alınarak tasarlanmıştır. Çalışmada ikinci olarak *İstanbul Sokaklarında (1931)* film afişi (Görsel 11),

arşiv verisi dökümanı olarak, geliştirilen rubriğe göre incelenmiştir. Çalışmada üçüncü olarak Midjourney V 5.1. metinsel verileri (prompt) görsellere dönüştüren yapay zekâ programı ile filmin içeriğine ve dönemine uygun birden fazla prompt yazılarak uygulamalar yapılmıştır. Promptların yazımı aşamasında metinsel veriler ya da sesli etkileşimler yoluyla bilgi veren veya bir işlemi gerçekleştiren yazılım olan ChatGpt kullanılmıştır.



Görsel 11. İstanbul Sokaklarında (1931) Film Afişi ve Filmin Künyesi

Görsel 11'de künyesi bulunan; ilk sesli film, ilk ortak yapım, ilk müzikli melodram olan *İstanbul Sokaklarında* filminde aynı kadına âşık olan iki kardeşin yaşamlarında meydana gelen sıra dışı olaylar konu edilmektedir. Kardeşlerden Rahmi bankada çalışır. Şarkıcılık yapan bir kadına âşık olmuştur. Ancak Rahmi'nin kardeşi Talat'ın da bu kadınla ilişkisi vardır. Kardeşler arasında gerilime neden olan bu durum, Rahmi'nin kör olmasına neden olur. Filmin sonlarına doğru Rahmi ameliyatla görme yetisine kavuşur ve kardeşler arasındaki gerilim biter, eski mutluluklarına kavuşurlar.

Tablo 1
Orijinal Afişin Değerlendirilmesi

Kriterler	Değerlendirme
Yapı ve Tasarım	
Renk Kullanımı: Afiş tasarımında kullanılan renkler mesajı tamamlar ve hedef kitlenin dikkatini çeker. Anlamı iletmek, görsel etki yaratmak ve tutarlı bir görsel kimlik oluşturmak için doğru renk paleti kullanır.	Afiş saphia renk tonlarında tasarlanmıştır. Dönemin baskı teknolojisinde renkli afişler tasarlanıp basılabilecekken, tasarımcı monokrom bir renk paleti tercih etmiştir. Film müzikli dram ve ilk sesli film olmasına rağmen renk kullanımı gerek filmin konusuna gerekse etkilendiği Art Deco sanat akımının renk anlayışına uygun değildir. Ayrıca renk kullanımı hedef kitlenin dikkatini çekme, filmin içeriği ile uyumlu olma ve görsel etki yaratma anlamında yetersizdir.
Görsel Hiyerarşi/Yerleşim/Tasarım: Alanın etkin kullanılması, kullanılan görsellerin oran orantı, hizalama, boyut, yerleştirme, perspektif, tekrar, renk veya tipografi yoluyla en önemli öğeleri vurgulanır. Kompozisyon amaçlanan mesaj akışını destekler.	Afişte, tasarım alanı etkin olarak kullanılmıştır. Kullanılan görsellerin büyüklüğü, (biçimler, çizimler ve tipografi) ve gerek birbirleri gerekse bütün arasındaki oran ve orantısı tasarım ilkelerine göre dengeli düzenlenmiştir.
Tipografi: Metin/yazı tipi stilleri filmin temasına uygundur.	Afişin tipografisi dönemin etkin sanat anlayışı olan Art Deco'yu yansıtır, dönemine göre ilerici bir anlayışa sahip olsa da gerek okunurluk gerekse filmin teması ile uygunluk göstermez.
Görsel Elemanlar: Afiş için seçilen görsel filmin karakterleri ve olay örgüsüyle tamamen ve benzersiz bir şekilde ilişkilidir.	Afişteki görseller filmin temasına göre illüstrasyon tarzında tasarlanmıştır. Bu görseller soyut modern bir anlayışla tasarlanmasına karşın filmin teması, olay örgüsü ve karakterleri hakkında yeterli bilgi vermez.
Yaratıcılık: Tasarımcı kendine özgü bir tasarım anlayışının (rengin, yazının ve/veya tasarımın elemanları) ilginç kullanımı ve farklı bir bakış açısıyla özgün bir tasarım dili kullanır.	Film afişindeki görseller illüstrasyon tekniği ile gerçekleştirmiş, tipografide farklı bir düzenleme ve yazı stili kullanmıştır. Bu nedenle afiş farklı bir tasarım ve bakış açısıyla özgün bir şekilde yorumlamıştır.
Boyut: Afiş, türüne göre gerek etkiyi arttırmak gerekse mesajı doğru bir şekilde iletmek için uygun boyutta tasarlanmalıdır.	Afişin boyutu ile ilgili arşiv ve internet taraması yapılmış herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır.

Tablo 1
Orijinal Afişin Değerlendirilmesi (Devamı)

Kriterler	Değerlendirme
Mesaj ve İçerik	
Başlık: Filmin adının tipografik açıdan tasarımı (filmin genel teması ile uyumluluk, okunurluk, uygun bir yazı karakteri kullanımı).	Film afişinde kullanılan tipografi anlayışının Art Deco tarzında olması özgünlüğü beraberinde getirirse de okunurluğu, etkililik ve film hakkında bilgi vermesi bağlamında yetersizdir.
Hedef Kitle: Afişi tasarlamadan önce hedef kitle belirlenmeli; hedef kitlenin özellikleri gözetilerek tasarımda kullanılacak elemanlar düzenlenmelidir.	Erken Cumhuriyet dönemi Türkiye düşünülürken Harf devrimi (1928) yeni yapılmış ve halk latin alfabesine tam olarak uyum sağlamamıştır. Bu nedenle filmin afiş tasarımında hedef kitlenin özelliklerinin gözetilmediği düşünülmektedir.
Sade ve Net İletişim: Tasarım basit ve mesaja odaklıdır.	Film afişi sade ve basit bir tasarıma sahiptir. Ancak bu sadelik film hakkında bilgi verme bağlamında yetersizdir.
Yazılı Materyal: İkna edici içerikler (örn. slogan) ve karakterler hakkında gerekli tüm bilgiler afişte yer almaktadır. İfadeler sade, net, takip etmesi kolaydır.	Afişte yalnızca filmin adı yer alır. Erken dönem Cumhuriyet Türk sinemasında film ilk sesli ve müzikal yapım olmasına karşın afişte bu bilgilere ve filmin künyesine ilişkin bilgi yer almaz.
Yazım, Kullanım, Dilbilgisi ve Teknik: İmla hataları, dilbilgisi ve noktalama hataları içermemelidir.	Afiş'te sadece filmin adı yer alır. Filmin adı estetik bir kaygı ile stilize ve deforme edilmiş; bu nedenle imla ve noktalama gözetilmemiştir.
Grafikler/Resimler/Çizimler: Filmin öne çıkan temaları net bir şekilde tanımlanır (ör. karakterler, vb.). Görseller afişin etkisini artırıp; mesajı ve izleyicinin içeriği anlamasına yardımcı olur.	Filmin afişinde kullanılan görseller filmin temasını yansıtmaz. Afişte stilize edilmiş iki figür vardır. Bu figürlerden biri ayakta, diğeri oturur pozisyonda görselleştirilmiştir. Afiş tasarımında diyagonal biçimde kullanılmış ve tasarıma hareket veren iki eleman vardır. Yine içbükey ve dışbükey lekeler kullanılarak tasarımda simetrik denge ve hareket sağlanmıştır. Afişin tasarımında kullanılan filmin adı stilize edilerek iki parça halinde alt ve üst tarafa yerleştirilmiştir. Afiş dönemin tasarım anlayışına egemen Art Deco anlayışında illüstrasyon tekniğinde yapılmıştır.
İçerik ve anlam: Filmin içeriğini ve anlamını tanıtmak, ilgi uyandırmak ve potansiyel izleyicileri cezbetmek amacıyla kullanılan görsel araçlardır. Bir film afişi, genellikle film yapımının temalarını, hikayesini, duruma göre	Tasarımcı filmin olay örgüsü bağlamında iki ana karakteri soyut bir şekilde yansıtmaya çalışmıştır. Filmin müzikal olmasına gönderme yapmak için figürlerden birinin elinde akordeon benzeri bir şekil mevcuttur. Bu soyutlanmış figürlerin arasına belki filmin kahramanı kardeşlerin çatışmasını betimleyen ve İstanbul'a işaret eden diagonal olarak

İstanbul Sokaklarında (1931) filminin Midjourney V 5.1. yapay zekâ programı ile yeniden tasarlanması için aşağıdaki prompt verilmiştir.



İstanbul Sokaklarında (1931) filminin Midjourney V5.1 yapay zekâ programının tasarladığı afişler.

I.Prompt:

A movie poster set in 1930's Istanbul, there are 2 men and a woman. Unusual events in the lives of two brothers who fall in love with the same woman. Rahmi, one of the brothers, works at a bank and falls in love with a singer. Talat, the other brother, also has a relationship with the same woman. Rahmi starts mixing his work with his love and spends the bank's money with the woman he loves. Rahmi gets fired from his job at the bank and his family has to repay the money. The family loses all their savings along with the debt. Talat finds Rahmi in a drunken state with the singer, who has drugged Rahmi's drink. Talat gets angry and in a fit of rage, throws the drugged drink on Rahmi, causing him to become blind. Talat regrets his actions and seeks medical treatment for Rahmi's eyes. Talat faces false accusations while dealing with his brother and his own problems. The cost of Rahmi's eye treatment is significant, and they consider seeking help from their wealthy uncle. However, their uncle has passed away, and the only inheritance, a house, is destroyed in a fire. Semira Hanım, an Egyptian writer, helps Rahmi undergo surgery, and the brothers find happiness again. İstanbul 1930s, Poster name is "İstanbul Sokakları'nda" --ar 9:16

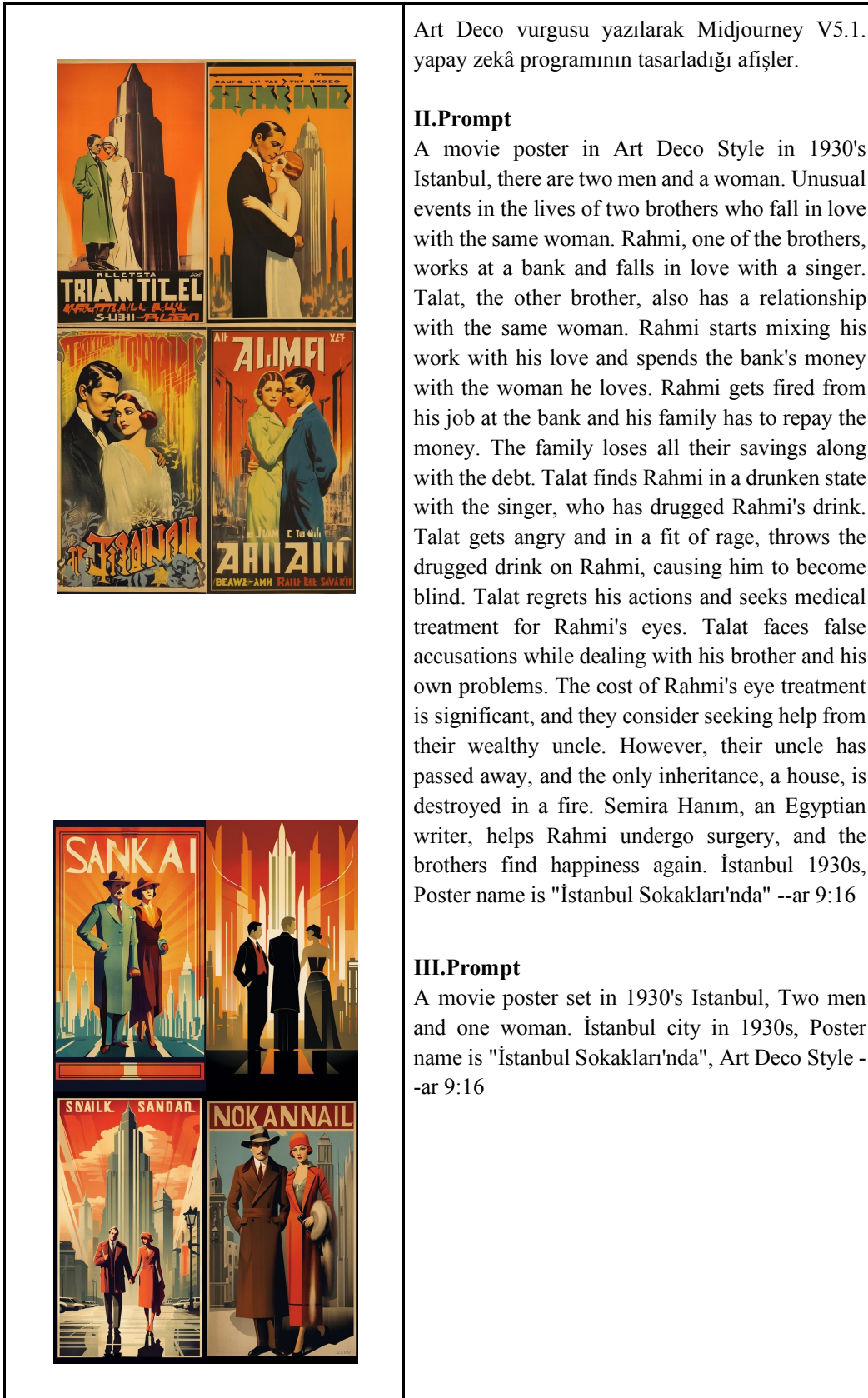
Daha sonra en uygun görsel olarak sağ üstteki (Görsel 12) tercih edildi ve yapay zekâ dan bu görselin türevlerinin oluşturulması istendi. Sonuçlar sol alttaki gibidir.

Görsel 12. *İstanbul Sokaklarında* (1931) Filminin Midjourney V 5.1. Yapay Zekâ Programı ile Yeniden Tasarlanma Süreci



Görsel 13. Midjourney V 5.1. Yapay Zekâ Programı ile Verilen Prompt İfadesi Sonucunda Ortaya Çıkan Görsel Çalışma

İstanbul Sokaklarında filminin orjinal afşinde dönemin Art Deco tasarım etkileri görölmektedir. Bu kapsamda afişin yeniden tasarlanması sürecinde yazılan promptta Art Deco vurgusu eklenerek Midjourney V5.1. yapay zekâ programından yeniden tasarlanması istenmiştir.



Art Deco vurgusu yazılarak Midjourney V5.1. yapay zekâ programının tasarladığı afişler.

II.Prompt

A movie poster in Art Deco Style in 1930's Istanbul, there are two men and a woman. Unusual events in the lives of two brothers who fall in love with the same woman. Rahmi, one of the brothers, works at a bank and falls in love with a singer. Talat, the other brother, also has a relationship with the same woman. Rahmi starts mixing his work with his love and spends the bank's money with the woman he loves. Rahmi gets fired from his job at the bank and his family has to repay the money. The family loses all their savings along with the debt. Talat finds Rahmi in a drunken state with the singer, who has drugged Rahmi's drink. Talat gets angry and in a fit of rage, throws the drugged drink on Rahmi, causing him to become blind. Talat regrets his actions and seeks medical treatment for Rahmi's eyes. Talat faces false accusations while dealing with his brother and his own problems. The cost of Rahmi's eye treatment is significant, and they consider seeking help from their wealthy uncle. However, their uncle has passed away, and the only inheritance, a house, is destroyed in a fire. Semira Hanım, an Egyptian writer, helps Rahmi undergo surgery, and the brothers find happiness again. İstanbul 1930s, Poster name is "İstanbul Sokakları'nda" --ar 9:16

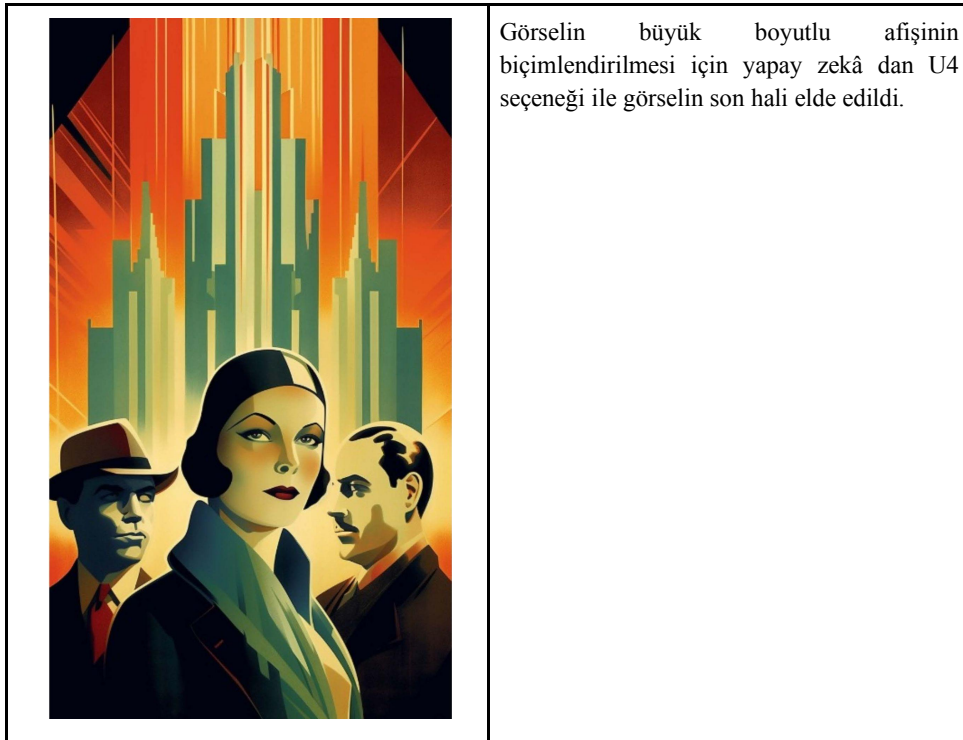
III.Prompt

A movie poster set in 1930's Istanbul, Two men and one woman. İstanbul city in 1930s, Poster name is "İstanbul Sokakları'nda", Art Deco Style --ar 9:16

Görsel 14. İstanbul Sokaklarında Filmi İçin Yazılan Promptta Art Deco Vurgusu Eklenerek Midjourney V 5.1. Yapay Zekâ Programı İle Yeniden Tasarlanma Süreci



Görsel 14. İstanbul Sokaklarında Filmi İçin Yazılan Promptta Art Deco Vurgusu Eklenerek Midjourney V 5.1. Yapay Zekâ Programı İle Yeniden Tasarlanma Süreci (Devamı)



Görsel 15. Midjourney V 5.1. Yapay Zekâ Programına Verilen Prompta Eklenen Art Deco İfadesi Sonucunda Ortaya Çıkan Görsel Çalışma

Tablo 2

Yapay Zekâ Destekli Üretilen Afişin Değerlendirilmesi

Kriterler	Değerlendirme
Yapı ve Tasarım	
Renk Kullanımı: Afiş tasarımında kullanılan renkler mesajı tamamlar ve hedef kitlenin dikkatini çeker. Anlamı iletmek, görsel etki yaratmak ve tutarlı bir görsel kimlik oluşturmak için doğru renk paleti kullanır.	Afiş parlak renk tonlarında tasarlanmıştır. AI renk olarak kontrast (yeşil, kırmızı gibi), soğuk (yeşil ve mavi-yeşil tonlar) ve sıcak (sarı, turuncu, kırmızı) renkleri ağırlıklı olarak kullanıp hedef kitlenin dikkatini çekecek görsel etkiyi oluşturmuştur. AI'nın renk tercihi promptta istenen Art Deco tasarım anlayışına uygundur. Koyu renkler kullanarak da tasarımda renk paletine bir denge getirmiştir.
Görsel Hiyerarşi/Yerleşim/ Tasarım: Alan etkin kullanılması, kullanılan görsellerin oran orantı, hizalama, boyut, yerleştirme, perspektif, tekrar, renk veya tipografi yoluyla en önemli öğeleri vurgulanır. Kompozisyon amaçlanan mesaj akışını destekler.	AI, afişte tasarım alanını etkin olarak kullanılmıştır. Görsel Hiyerarşi bağlamında görsel elemanlar arasında oran orantı, hizalama, boyut, yerleştirme, perspektif, tekrar, renk öğeleri etkin ve tasarım ilkelerine uygun olarak kullanılmıştır. Afiş tasarımında 3 ana karakterin yerleştirilmesi kadın görselinin ön planda diğer figürlerin daha küçük olarak arka planda yerleştirilmesi ile plan farklılığı oluşturularak alan derinliği sağlanmıştır. Görsel elemanların lekesel olarak kullanılması ile izleyicinin beğenisinin ve afişin izleyici üzerinde etkili olmasının gözetildiği düşünülmektedir. Afiş tasarımında görsel elemanlar eşit ve dengeli dağıtılarak simetrik bir kompozisyon sağlanmıştır.
Tipografi: Metin/yazı tipi stilleri filmin temasına uygundur.	AI için yazılan promptta filmin adı geçse de AI örneklem dahilinde bunu dikkate almamıştır.
Görsel Elemanlar: Afiş için seçilen görsel filmin karakterleri ve olay örgüsüyle tamamen ve benzersiz bir şekilde ilişkilidir.	AI'ye verilen promptta 1930'lar ve Art Deco tarzı yazıldığı için, AI illustrasyon temelli afiş tasarım örnekleri yapmıştır. AI ile yapılan diğer afişlere nazaran bu çalışmada örneklem olarak seçilen görsel, filmin teması, olay örgüsü ve karakterleri ile tutarlıdır.
Yaratıcılık: Tasarımcı kendine özgü bir tasarım anlayışının (rengin, yazının ve/veya tasarımın elemanları) ilginç kullanımı ve farklı bir bakış açısıyla özgün bir tasarım dili kullanır.	Film afişindeki görseller illüstrasyon tekniği ile gerçekleştirmiş ancak kütüphanesinde var olan görsellerin bir araya getirilmesinden dolayı -bu örnekte olduğu gibi- özgünlükten ve yaratıcılıktan yoksun tekrara giren örnekler oluşturmuştur.
Boyut: Afiş, türüne göre gerek etkiyi arttırmak gerekse mesajı doğru bir şekilde iletmek için uygun boyutta tasarlanmalıdır.	AI ile yapılan afişler istenilen boyutlarda olabilmektedir. Bu örnekte seçilen çerçeve oranı 9:16 olarak verilmiştir.

Tablo 2
Yapay Zekâ Destekli Üretilen Afişin Değerlendirilmesi (Devamı)

Kriterler	Değerlendirme
Mesaj ve İçerik	
Başlık: Filmin adının tipografik açıdan tasarımı (filmin genel teması ile uyumluluk, okunurluk, uygun bir yazı karakteri kullanımı).	AI için yazılan promptta filmin adı geçse de AI örneklem dahilinde bunu dikkate almamıştır.
Hedef Kitle: Afişi tasarlamadan önce hedef kitle belirlenmeli; hedef kitlenin özellikleri gözetilerek tasarımda kullanılacak elemanlar düzenlenmelidir.	Bu çalışmanın prompt da hedef kitlenin özellikleri tanımlanmadığı için AI tasarladığı örneklerde hedef kitleyi göz ardı etmiştir.
Sade ve Net İletişim: Tasarım basit ve mesaja odaklıdır.	AI Film afişinde sade ve basit bir tasarım gerçekleştirmiştir.
Yazılı Materyal: İkna edici içerikler (örn. slogan) ve karakterler hakkında gerekli tüm bilgiler afişte yer almaktadır. İfadeler sade, net, takip etmesi kolaydır.	AI için yazılan promptta filmin adı geçse de AI örneklem dahilinde bunu dikkate almamıştır.
Yazım, Kullanım, Dilbilgisi ve Teknik: İmla hataları, dilbilgisi ve noktalama hataları içermemelidir.	AI için yazılan promptta filmin adı geçse de AI örneklem dahilinde bunu dikkate almamıştır.
Grafikler/Resimler/Çizimler: Filmin öne çıkan temaları net bir şekilde tanımlanır (ör. kapılar, karakterler, patlamalar vb.) Görseller afişin etkisini arttırıp; mesajı ve izleyicinin içeriği anlamasına yardımcı olur.	AI'den bu örnekteki afiş tasarımı için istenen promptta Art Deco ifadesi yer aldığı için AI, kompozisyonu oluştururken figürler, renkler, çizgiler ve lekesel tasarım elemanlarını Art Deco etkisinde kullanmıştır. AI'nın tasarladığı afiş potansiyel izleyiciye filmin içeriği ile ilgili bilgi verme konusunda başarılıdır.
İçerik ve anlam: Filmin içeriğini ve anlamını tanıtmak, ilgi uyandırmak ve potansiyel izleyicileri cezbetmek amacıyla kullanılan görsel araçlardır. Bir film afişi, genellikle film yapımının temalarını, hikayesini, duruma göre türünü ve ana karakterlerini yansıtan bir tasarıma sahiptir.	AI filmin olay örgüsü bağlamında 3 ana karakteri somut bir şekilde yansıtmaya çalışmıştır. Seçilen örnekteki afiş filmin temasını, karakterleri ve olay örgüsünü anlatmakta yazı ile desteklenmediği için yetersizdir.

Sonuç

Araştırmanın amacı, erken Cumhuriyet dönemi sineması ve film afişlerinin yapay zekâ perspektifinden analiz edilerek güncel yaklaşımların kullanılma potansiyelini ortaya koymaktır. Araştırmada, Cumhuriyet dönemi sineması ve film afişleri temasından yola çıkılarak, Erken Cumhuriyet dönemi Türk Sinema tarihinde ilk film afişi üzerine odaklanılmış olsa da analiz için seçilen örneklem *İstanbul Sokaklarında (1931)* filmi afişi ile sınırlıdır.

Makalede öncelikle Türkiye'de sinemanın tarihine değinilerek; film afişlerinin filmlerin tanıtımında önemli bir rol oynadığı ve tasarım tekniklerinin zamanla değiştiği belirtilmiştir. Türk sinema tarihinde de film afişlerinin geleneksel tekniklerden bilgisayar destekli tasarımlara evrildiği ve yeni eğilimlerin ortaya çıktığı vurgulanmıştır.

Çalışmanın analiz kısmında, Erken Cumhuriyet döneminde çekilen *İstanbul Sokaklarında* filminin afişi ve yapay zekâ algoritması kullanılarak bu afişin yeniden tasarlanması incelenmiştir. İki afiş yapı, tasarım, mesaj ve içerik açısından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme, araştırmacılar tarafından geliştirilen film afişi değerlendirme rubriğine göre; görsel tasarım ilke ve eleman kriterlerine dayanarak gerçekleştirilmiştir.

Bu doküman analizine göre yapay zekâ destekli afiş tasarım sürecinde, yapay zekânın yeterli olduğu noktaların yanında yetersiz kaldığı verilere ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre yapay zekâ destekli *İstanbul Sokaklarında* afiş tasarımının olumsuz yönleri: görsel elemanlar ve tipografi kapsamında AI tarafından oluşturulan film afişinin tasarımında teknik yetersizliklerle karşılaşmıştır. AI'nin promptlarda yazılmasına rağmen filmin ismini, film temasında yer alan karakterlerin özelliklerini, olay örgüsüne dair vermesi beklenen görsel ayrıntıları ve bilgileri tipografik olarak işleyemediği görülmüştür. AI algoritmasının mesaj ve içerik bağlamında yetersizlikleri ise AI'nın, filmin içeriğini, yapısını, türünü, hedef kitle ve kültürel referanslarını tam olarak algılayamayıp görsel tasarıma yansıtamamış olmasıdır. Ayrıca AI, hedef kitlenin özelliklerini tam anlayamadığı için denge, uyum, görsel çekicilik, sezgi, estetik ve öznel anlayış bağlamında filmin temasını tam yansıtmayan bir afiş tasarlamıştır.

AI, filmin özünü, temalarını ve amaçlanan duygusal etkisini yakalamakta zorlanmış, sanatsal vizyon ve yaratıcılıktan yoksun bir tasarım gerçekleştirmiştir. Normal tasarım sürecinde işbirliği ve geribildirim etkili iken AI ile film afişi tasarlanırken her prompt girişinde bir öncekinden farklı bir görsel üretmesi tasarımı iyileştirme, devam ettirme güncelleme sorunu yaratmıştır. AI algoritmaları, insanlar tarafından oluşturulan veri kümeleri üzerinden eğitilir. Yenilikçi ve özgün tasarımlar üretmek yerine, eğitim verilerinden öğrenip tasarım yapmakta; dolayısıyla AI'nın yaptığı film afiş tasarımının özgünlüğü ve benzersizliği tartışılabilir hale gelmektedir. Yapay zekâ'nın görsel tasarıma entegrasyonu, çeşitli etik hususları ve zorlukları gündeme getirmektedir. Yapay zekâ güdümlü araçlar daha yaygın hale geldikçe, temel endişelerden biri, tasarım sürecinde insan eyleminin ve yaratıcılığının potansiyel kaybıdır (Brynjolfsson ve McAfee, 2014). Tasarım alanında insan faktörünün yapay zekâ sistemleri ile ortadan kalkabileceği ve süreç içerisinde insanın etkisinin azalması görüşüne karşı teknolojik açıdan daha iyimser bakış açıları da bulunmaktadır. Wu (2020) yapay zekânın tasarımcıların yerini almak yerine yaratıcılıklarını ve üretkenliklerini artırmak için değerli bir araç olarak hizmet edebileceğini öne sürmektedir.

Analiz sonucunda ulaşılan olumsuzlukların yanında AI algoritması, film afişlerinin tasarım sürecinde yenilikçi bir araç olarak kullanılıp film afişlerinin görsel öğelerini geliştirmeye yardımcı olabilir. Görsel olarak daha çarpıcı ve dengeli tasarımlar oluşturmak için aydınlatmayı, renkleri derecelendirmeyi veya kompozisyonu otomatik olarak ayarlayabilir. AI algoritmaları, farklı görüntüleme platformları için görüntü kalitesini ve çözünürlüğü optimize etmeye de yardımcı olabilir. Ayrıca AI destekli afiş tasarımı, tasarım sürecini hızlandırır ve verimliliği artırabilir. Tasarımcıların manuel olarak yapması gereken bazı rutin süreçleri, AI algoritması otomatik olarak işleyebilir. Bu da tasarım sürecinin daha hızlanmasına, çeşitlenmesine -ki bu çeşitlilik tasarımcının yaratıcılığını tetikleyebilir- olanak sağlar.

Tasarımcının, AI'nın ortaya koyduğu tasarımın yalnızca sonuçlarına güvenmek yerine; kendi yaratıcılığını, estetik ve öznel anlayışı ile birleştirmesi ve AI'yı destekleyici bir araç olarak kullanması önemlidir. Böylece tasarımcı daha yaratıcı ve etkili film afişleri ortaya çıkarabilir. Bu anlamda insan, AI gibi teknolojik gelişmeler, yaratıcılık, estetik ve sanatsal tasarımların oluşturulmasında çıkış noktası olmaya devam edecektir.

Kaynakça

- Baskın, Z. P. ve Baskın, B. (2022). Görsel iletişim tasarımında uygulama sürecinde yapay zekânın yeri. *Sanat Yazıları*, (46), 219-238. Erişim adresi: <https://avesis.hacibayram.edu.tr/yayin/d3669248-0853-456f-9dee-761e6b4c7fc7/gorsel-iletisim-tasariminda-uygulama-surecinde-yapay-zekâ-nin-yeri>
- Brynjolfsson, E. ve McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W. W. Norton & Company.
- Çetin, Y. (1989). *Grafik sanatı*. İstanbul: ABC Yayınları.
- Domingos, P. (2015). *The master algorithm: How the quest for the ultimate learning machine will remake our world*. New York: Basic Books.
- Elgammal, A. (2018). *The creativity code: Art and innovation in the age of AI*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Elsaesser, T. ve Hagener, M. (2010). *Film theory: An introduction through the senses*. New York: Routledge.
- Gatys, L. A., Ecker, A. S. and Bethge M. (2016). "Image style transfer using convolutional neural networks," *2016 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*, Las Vegas, NV, USA, 2016, pp. 2414-2423, doi: 10.1109/CVPR.2016.265.
- Gunning, T. (1990). *The cinema of attraction: Early film, its spectator and the avant-garde*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Honour, H. ve Fleming, J. (2009). *A world history of art*. Laurence King Publishing.
- Işık, M. ve Darı, A. B. (2023). *Yapay zekâ film afişlerinin göstergebilimsel analizi: Artificial intelligence, Frank & Robot, Ex_Machina örneği. Electronic Turkish Studies*, 18(1), 63–82. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.64322>
- İnanoğlu, T. (2004). *5555 afişle Türk sineması*. İstanbul: Kabalcı.
- Katz, E. (2001). *The film encyclopedia*. New York: Harper Collins.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Noyan, N. E. (2009). "Yeşilçam film posters of the 60s and 70s: representing romance.," *Undisciplined! Design Research Society Conference 2008*, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK, 16-19 July 2008.
- Özgüç, A. (2010). *Yapımcılar, filmler ve afişler*. İstanbul: Horizon International.
- Özön, N. (1962). *Türk sinema tarihi*. İstanbul: Artist Yayınları.

- Özön, N. (1968). *1895-1966 Türk sineması kronolojisi*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Sarı, M. ve Taşova, N. K. (2019). Türk harf inkılabının grafik tasarımda etkileri: Meşrutiyet ve Cumhuriyet dönemlerine ait afiş ve kitap kapaklarının karşılaştırmalı analizi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, (40), 665-677. doi: 10.7816/ulakbilge-07-40-07
- Simon, H. A. (1996). *The sciences of the artificial* (3rd ed.). London: MIT press.
- Scognamillo, G. (2003). *Türk sinema tarihi*. (2. bs). İstanbul: Kabalıcı.
- Soysüren, A. H. ve Yıldız, N. (2017). Erken Cumhuriyet döneminde Türk Sinemasının ulus-devlet politikalarıyla ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (35), 95-110. doi: 10.17498/Kdeniz.319725
- Şener, E. (1979). İlk filmlerimiz. *Kurgu*, (1), 80-97. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59636/859426>
- Wu, S. (2020). Development of graphic design based on artificial intelligence. *Journal of Physics: Conference Series*. 1533(3), 032022. doi: 10.1088/1742-6596/1533/3/032022.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (4.bs). İstanbul: Seçkin.

Extended Abstract

Purpose

The core objective of this research is to critically examine the rejuvenation of the film poster for *İstanbul Sokaklarında* (1931) – a pioneering film poster originating from Turkey's Early Republican cinematic epoch, using advanced artificial intelligence (AI) algorithms. This inquiry dives into the nuances and attributes of movie posters from Turkey's Early Republican phase (1923-1940) and delves into the profound implications of AI on visual aesthetics.

Film posters play an instrumental role in film marketing, aiming to encapsulate and convey the essence of the movie, ensuring effective audience engagement. With the advent of technology, poster designs have transitioned from traditional methods to computer-assisted processes. This research endeavors to highlight the potential of leveraging AI algorithms in the realm of poster design. By harnessing AI, elements like color palettes, compositional structures, and typographical choices can be finely tuned to create more compelling visuals. This study encapsulates discussions on the evolution of Turkish cinema, the metamorphosis of film posters, and AI's transformative influence on design, offering insights into the analysis of movie posters through an AI lens.

Design and Methodology

The method used in this study is the analysis of documents, which is one of the methods of qualitative research. This methodology emphasizes a rigorous examination of both written and visual materials relevant to the research question in order to bolster its credibility. Within the realm of movie posters, document analysis is instrumental in evaluating design elements and gathering film specific data. A central element of this study is the juxtaposition of the original *İstanbul Sokaklarında* (1931) poster from the early Republican timeline with its modern reinterpretation via the Midjourney V 5.1 AI algorithm. The research focuses on documentary

examination, a qualitative research technique that emphasizes the differences between the original and reimagined posters, with a focus on visual and content nuances. This in-depth analysis illuminates the role of technological innovation and AI in reshaping poster design. The research methodology involves obtaining both the original and AI redesigned posters for *İstanbul Sokaklarında*. The visual and content dimensions of these posters are rigorously evaluated against a set benchmark. This evaluation identifies the structural characteristics, design facets, message conveyance, and visual dynamics between the two poster versions, drawing out parallels, variances, and evolutionary trends. The interpretative findings resonate with the overarching goal of the research and are contextualized within the framework of the study. Additionally, it helps us understand the impact of artificial intelligence on designs and how human-technology interaction shapes design processes.

Findings

This research examines the visual and content components of the poster for the film *İstanbul Sokaklarında*, which is the first film in Turkish cinema history to have a poster design, created in the Early Republican era, and its redesigned version using Midjourney V 5.1 in 2023. An evaluation rubric for posters has been developed for the analysis, considering the principles of poster design and the characteristics of film posters.

In the scope of the analysis, the poster for the film *İstanbul Sokaklarında* (1931) was first examined by the researchers. Secondly, using the artificial intelligence program Midjourney V 5.1, several prompts were created to generate visual data from textual data. These prompts were generated using the ChatGPT software, which converts textual data into visuals.

The film *İstanbul Sokaklarında* (1931) is significant as the first sound film, the first co-production, and the first musical melodrama made during the Early Republican era. The film revolves around extraordinary events that occur in the lives of two brothers who fall in love with the same woman. Rahmi, one of the brothers, works at a bank and falls in love with a singer. However, his brother Talat is also involved with the same woman, leading to tension between the brothers. Rahmi's blindness further increases the tension. However, as the film progresses, Rahmi regains his vision through surgery, and the tension between the brothers subsides, allowing them to regain their previous happiness.

When examined in terms of structure and design, the original poster was found to have a color usage that does not align with the film's subject matter or the Art Deco art movement of the era. In terms of visual hierarchy and layout design, it was determined to be used effectively and in accordance with design principles. However, the typography is insufficient in terms of readability and compatibility with the film's theme. The visual elements, although related to the film's theme, do not provide sufficient informative content. The design was found to be original and of appropriate size in terms of creativity.

When examined in terms of message and content, the title design was found to be inadequate in terms of readability and appropriate font usage. It was observed that the characteristics of the target audience were not considered, and there was a lack of written material. The graphics, pictures, and drawings, although reflecting the film's themes, were repetitive and lacking in originality.

In conclusion, based on the findings from the analysis, the artificial intelligence algorithm, in response to the prompt that included the expression Art Deco, incorporated figures, colors, lines, and spotted design elements in an Art Deco-influenced composition. The poster designed by the AI algorithm successfully provides potential viewers with information about the film's content. The visual hierarchy and layout design, although in line with design principles, do not create an impactful effect. The visual elements are insufficient in reflecting

the film's theme. The visuals, pictures, and drawings are designed in a repetitive and unoriginal manner. For these reasons, the poster designed by artificial intelligence is inadequate in many criteria.

Research Limitations

There are several limitations in this study. Firstly, it is limited to the analyzed sample. The study is based on the examination of only two posters related to the film *İstanbul Sokaklarında*. Secondly, there is a limitation in the method used. The study employs the qualitative method of document analysis. The aim of the research is to demonstrate the potential use of current approaches by analyzing Early Republican era film posters and Turkish Cinema from an artificial intelligence perspective. The article first addresses the history of cinema in Turkey and its connection to the Republican era. It is stated that film posters play an important role in promoting films and that design techniques have changed over time. It is emphasized that film posters in Turkish Cinema have evolved from traditional techniques to computer-aided designs and new trends have emerged.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

In the analysis part of the study, the poster for the film *İstanbul Sokaklarında*, produced during the Early Republican era, and its redesign using the artificial intelligence algorithm Midjourney V 5.1 are examined. Two posters are evaluated based on their structure, design, message, and content. This evaluation is carried out according to a film poster evaluation rubric developed by the researchers, based on visual design principles and elements. According to this document analysis, the poster designed by artificial intelligence presents technical limitations in terms of visual elements, typography, message, and content. The AI fails to process the film's title, character traits, visual details, and typographic elements. Additionally, the AI's inability to fully perceive the characteristics of the target audience and accurately reflect the film's theme is a limitation. The analysis revealed deficiencies in the visual elements, typography, message, and content of the film poster generated by artificial intelligence. However, the AI algorithm can be used as an innovative tool in the design of film posters. The AI algorithm can be utilized to enhance visual elements, automatically adjust the design, optimize image quality, and expedite the design process. Nevertheless, it is important for designers to combine their own creativity and aesthetic understanding with AI. When AI is used as a supportive tool, more creative and effective film posters can be created. Therefore, the collaboration between humans and artificial intelligence is a significant factor in producing more impressive and original film posters. As a result, the potential use of artificial intelligence in the design process of film posters is emphasized. However, the creativity and subjective understanding of human designers complement the results provided by AI. Utilizing technological advancements as a tool that supports creativity is important for future developments.

Originality/Value

The originality of this study lies in the analysis and interpretation of the visual and content components of the original poster for the film *İstanbul Sokaklarında* from the Early Republican era and its redesigned version using the Midjourney V 5.1 artificial intelligence program in 2023. The findings demonstrate that the original poster lacks in aspects such as color usage, visual hierarchy, typography, visual elements, and creativity. The redesigned poster using Midjourney V 5.1 is more successful in terms of visual hierarchy, color usage, and visual elements. However, improvements are needed in terms of compatibility with the target audience and conveying the film's content. This study provides significant findings regarding the poster design in Turkish Cinema history and highlights the potential of artificial intelligence technology in poster design, thus contributing as an original study to the field.

Araştırmacı Katkısı: Meltem CEMİLOĞLU (%50), Halit Turgay ÜNALAN (%50).