

Hakikati İnşa Etmek: Fotoğraf, Yapay Zekâ, Kimlik ve Mekân İlişkisi

*

**



Nurcan Pınar EKE*



Merve GENÇ**

Öz

* Dr. Öğr. Üyesi, Başkent Üniversitesi, GSTMF, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, npinareke@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2412-947X

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, İF, Yeni Medya Bölümü (İngilizce), mervegenc@beykent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6662-8093

Gönderilme/ Received

03.09.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

14.09.2023

Yayın Tarihi/Published

02.10.2023

Fotoğraf, uzunca bir zaman hakikatin yüzey üzerindeki izdüşümü olarak algılanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kavranışı ve kullanılışı dönüşmüş; fotoğraf ve gerçeklik arasındaki ilişki *sorgulanır* hale gelmiştir. Bugünse bu ilişki tamamen *kurgulanabilir* düzeydedir. Adobe'un yapay zeka aracı olan *Firefly*'yi *Photoshop*'a entegre ettiği 2023 Mayıs ayıyla birlikte fotoğraflar üzerinde yapabildiğimiz birtakım kısıtlı müdahalelerden; dijital ortamda yazılı komutlar yardımıyla sıfırdan üretilmiş fotoğraflar çağına geçmiş bulunmaktayız. *Generative Fill* adıyla tanıtılan özellik sayesinde artık sadece yapay zekâya iletilecek sözlü komutlar vasıtasıyla pek çok düzenleme yapılabilmektedir. Fotoğraf hem çekim aşamasında estetik bilgi ve teknik beceriye duyduğu gereksinimden hem de yeniden düzenlenme aşamasında ihtiyaç duyulan profesyonel destekten uzaklaşmakta; herkesçe kullanılır hale gelmektedir. Böyle bir dönüşümün pek çok alanda etkisi olacaktır.

Son yıllarda dijital kimliklerin büyük oranda görseller/fotoğraflar yardımıyla ortaya konulduğu dikkate alınırsa yükselen bu son teknolojinin ortalama insan için önemi daha kolay kavranacaktır. Artık dijital araçlar yardımıyla fotoğraflarda mekân yaratmak, alternatif bir gerçeklik ve dijital bir dünya inşa edebilmek mümkün hale gelmektedir. Çalışma kapsamında fotoğrafın kısa bir tarihçesi ve hakikatle kurduğu ilişki tartışılmış; gelişen teknoloji ve sosyal medya dolayısıyla fotoğrafın değişen kullanım biçimleri ele alınmış ve dijital mekânlarda fotoğraflar aracılığıyla kimliğin nasıl inşa edildiği irdelenmiştir. Sonuç olarak yapay zekâ destekli fotoğraflar dolayısıyla bireyin kimliğine dair yeni anlatılar kurma potansiyeli ve bu anlatıların hakikatle ilişkisi sorgulanmış, yapay zekâ yardımıyla oluşturulacak fotoğrafların sunacağı tehditler ve fırsatlar tartışılarak çalışma noktalanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Dijital Kimlik, Dijital Mekân, Yapay Zekâ, Generative Fill.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

*** Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Authors' contribution rates in the study are equal.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Eke, N. P., & Genç, M. (2023). Hakikati İnşa Etmek: Fotoğraf, Yapay Zekâ, Kimlik ve Mekân İlişkisi. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 358-377. doi:10.59534/jcss.1354692



Building the Truth: The Relationship between Photography, Artificial Intelligence, Identity and Space



Nurcan Pınar EKE*



Merve GENÇ**

* Assoc. Prof. Dr. Başkent University, FFADA, VCD, npinareke@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2412-947X

** Assoc. Prof. Dr. Istanbul Beykent University, CF, NM, mervegenç@beykent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6662-8093

Gönderilme/ Received

03.09.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

14.09.2023

Yayın Tarihi/Published

02.10.2023

Abstract

Photograph has been perceived as the projection of truth on the surface for a long time. With the development of technology, the understanding and usage of photograph has transformed. In accordance with this, the relationship between photograph and reality has become questionable. Today, this relationship is at a completely buildable level. In May 2023 Adobe integrated its artificial intelligence tool called Firefly into Photoshop. With this novelty, we have entered into a new period. Now we can produce photographs from scratch with the help of written commands in the digital environment rather than just making some limited interventions on photographs. This feature introduced as Generative Fill has enabled to make arrangements only through verbal commands to be transmitted to artificial intelligence. Therefore, it can be said that photography has shifted from the need for aesthetic knowledge and technical skills required in the shooting phase. Also, the professional support needed in the re-editing phase has become no longer vital. It has become a common skill and technology for anyone. Such a transformation will have an impact in many areas.

Considering that digital identities have been revealed with the help of visuals/photographs in recent years, the importance of this latest technology introduced for the average person will be more easily grasped. Now, with the help of such digital tools, it is possible to create spaces in photographs, to build an alternative reality and a digital world. Within the scope of the study, firstly, a brief history of photograph and its relationship with reality are approached. Secondly, the changing forms of use of photography due to developing technology and social media are discussed. Lastly, how the identity is constructed through photographs in digital spaces is examined. Consequently, the potential of constructing new narratives about the identity through artificial intelligence-supported photographs and the relationship of these narratives with the truth are questioned. The study is concluded by discussing the threats and opportunities of the photographs created with the help of artificial intelligence.

Keywords: Photography, Digital Identity, Digital Space, Artificial Intelligence, Generative Fill.

Giriş

Konvansiyonel modern fotoğrafın yerini hızla postmodern fotoğrafa terk etmesi üzerine bile hala tartışmalar sürerken fotoğraf paradigmasının geldiği son noktada dijitalleşmeden ve yapay zekâ destekli fotoğraflardan, eş deyişle dijimodernizmden ve bunun gündelik hayata etkilerinden konuşmak kaçınılmaz olmuştur. Fotoğraf paradigmaları, teknolojik ilerlemelerle dönüşmekte; bu durum ise yalnızca fotoğrafın estetik algısı ve değeri üzerinde belirleyici olmakla kalmamaktadır. Yaşanan dönüşümle beraber görüntünün gerçeklikle olan ilişkisi, mekân ve kimlik arasındaki bağ, ayrıca uzmanlık bilgisinin yarattığı ayrıcalıklı yapılar da sorgulamaya açılmıştır. Böylesine kapsamlı bir dönüşümün toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve özellikle dijitalleşen ve yapay zekâ destekli hale gelen fotoğrafın sunacağı tehdit ve fırsatları tartışabilmek içinse öncelikle fotoğrafın kısa bir tarihçesine bakmak şarttır.

Kelime kökü Yunanca'ya dayanan fotoğraf, *ışıkla yazı yazmak* anlamına gelmektedir. Sözcüğün ilk kullanımı genel olarak iki isme atfedilir; Brezilya'da yaşayan ve 1833 yılında terimi kullanan *A. H. Romuald Florence* ile İngiltere'de yaşayan ve 1839 yılında terimi kullanan *John F. W. Herschel*. Herschel'in Avrupa bilim çevreleri üzerindeki etkisi daha fazla olduğundan, terim bugün genellikle O'na mal edilmektedir. Herschel, bilim adamı *William Henry Fox Talbot*'un uyguladığı yeni yöntemle yüzey üzerinde elde ettiği görüntüye *fotoğraf* adını vermiştir (Osterman, 2012, s. 5).

Bugünkü anlamda kâğıt üzerine kaydedilmiş görüntü olarak tarihte bilinen ilk fotoğraf denemeleri Henry Fox Talbot'a atfedilse de (Osterman, 2012, s. 7); farklı yüzeyler üzerinde görüntüyü sabitlemeyi deneyen öncüler arasında *Thomas Wedgwood*, *Joseph Nicéphore Niépce*, *Louis Daguerre* gibi isimler de anılmaktadır. Bu isimlerin geliştirdiği teknikler, fotoğrafın pozlama süresi, maliyet ve boyut gibi açılardan yaygınlaşabilir hale gelmesindeki önemli erken dönem çalışmalarıdır. 1800'lü yılların sonlarına doğru *Kodak Eastman* tarafından ilk ticari fotoğraf makinesinin piyasaya sürülmesini sağlayan da yine bu girişimlerdir.

Fotoğrafın, icat edildiği ilk dönemde çoğunlukla ressamlar tarafından eleştiriye uğradığı, teknik ve ruhsuz bir araç olarak reddedildiği bilinmektedir. Ancak yine aynı çevreler, fotoğrafın özellikle portre üretimi konusunda sahip olduğu hız ve görece düşük maliyetlerle yarışamayınca, fotoğrafı yeni bir sanatsal üretim aracı olarak benimsemiş yoluna gitmiştir. 1840'lı yıllarda minyatürcülerin ve portre ressamlarının pek çoğunun artık profesyonel birer fotoğrafçı olduğu görülmektedir (Tatar, 2019, s. 68). Bu durum, fotoğrafın estetik gelişimi kadar ona atfedilen anlam çerçevesini de belirlemiştir.

Fotoğrafın, sanat üretiminde yeni bir form ve araç olduğu görüşünü paylaşan *Robert Adamson*, *David Octavius Hill*, *Roger Fenton*, *Charles Negre*, *Gustav Le Grey* gibi bir grup isim, resim geleneğinden gelen bir bakış açısı ile "tablo gibi" fotoğraflar ortaya koymuş; sanatsal fotoğraf düşüncesi döneme damgasını vurmuştur. Resmin geleneksel konuları, görme biçimleri ve teknikleri fotoğrafla yakalanmaya çalışılmıştır. Bu eğilim *high art photography* adı ile bir akıma dönüşmüştür. Bu akımla birlikte, ideal görüntüyü oluşturmak için çeşitli negatiflerin birleştirilmesi ve montajlanması yoluyla dinsel, tarihsel ve alegorik

konulu fotoğraflar yaratılmıştır. Bu bağlamda fotoğraf, bir tür kurgu ve montaj birlikteliğine dayanmakta; olanı değil, idealize edileni betimlemektedir (Bajac, 2004, s. 104-105).

Fotoğrafın olanı göstermesi, basın alanında kullanılmaya başlanmasına paralel bir gelişmedir. Bilim ve basın gibi alanlarda başlangıçta doğrudan kullanılmasa da fotoğraflardan türetilmiş illüstrasyonlar görülmekte ve sıklıkla altlarına “fotoğraftan hareketle yapılmıştır” notu düşülmektedir. Bunların telkin ettiği güven fark edilince, fotoğraf *sanatsal* bir araç olmaktan *kanıtsal* bir araç olmaya doğru evrilmeye başlamıştır. 1900’lerle birlikte fotoğraf, artık gazeteler için bir olmazsa olmazdır. Yine de fotoğraf üzerindeki resim etkisinin zayıflamaya başlaması için Birinci Dünya Savaşı’nı beklemek gerekmiş; ancak 1920’lere gelindiğinde gerçekçilik ve nesnellik, fotoğrafta aranan standartlar olarak öne geçmiştir (Hacking, 2015, s. 556). Bunda savaş koşullarının sertliği ve tanıklığın getirdiği sorumluluğun rol oynadığı söylenebilir. Söz konusu kırılma ile hem yeni bir estetik anlayış, hem de yeni bir görme biçimi doğmuştur. Anı yakalamak, anı kurgulamaktan daha makbul hale gelmiştir. Her ne kadar fotoğraf makinesi aracılığıyla kayda alınan her görüntü hem bir *kültürel inşa* hem de *doğal bir iz* (Berger, 2016, s. 86) olsa da; dünya savaşının ardından inşa kısmı geri plana itilirken iz kısmının öne çıkarıldığı görülmektedir. Fotoğraf, *olmuş* olana, bir zamanlar *orada* olana, *varoluşa* dair bir iz/işarettir. Bu yönüyle fotoğrafın sadece bir orta sınıf uğraşı/eğlencesi olarak algılanışı değişmiş; kamuoyu oluşturma ve propaganda açısından etkisi keşfedilmiştir.

Modern dünya görüşünde resimle kıyaslandığında fotoğrafın sunduğu en temel yeniliğin nesnellik olduğu artık daha yüksek sesle iddia edilmektedir; zira dış dünyanın görüntüsü insanın yaratıcılığı için içine dâhil olmaksızın kayıt altına alınabilir hale gelmiştir (Bazin, 2013, s. 30). Fotoğraf yardımıyla kayıt altına alınan her görüntü, dünyaya dair bir veri sayılmakta ve böylece fotoğraf, görüntüleri bilgiye dönüştürerek nesnellik iddiasını pekiştirmektedir (Karaçelik, 2019, s. 41). Sontag’ın da altını çizdiği üzere fotoğrafların *kanıt* değeri vardır; işitilen ancak gerçekliğinden emin olunamayan ne varsa, fotoğrafı görüldüğünde gerçek halini almaktadır. Bu bağlamda fotoğrafın kayıt altına aldığı görüntülerin, olmuş olanı/orada olanı doğrulama niteliği açıktır zira fotoğraf, resim gibi “hayali” olandan ziyade “var olana” odaklanmaktadır. Her ne kadar yorumlanmaya açık bir yanı olsa da fotoğraf gerçek olanla alakalıdır (Sontag, 1999, s. 22-23). Yine de fotoğrafın *gerçeği yakaladığı* iddiasına karşın Hockney ve Gayford (2017, s. 246) fotoğrafın bizi “dünyadan ayırdığını” dile getirmektedir. Bunda fotoğrafın, çok fazla şeyi içinde toplaması, elemesi ve kurgulaması etkilidir (Hockney ve Gayford, 2017, s. 270). Bilindiği üzere görsel deneyimler, belli bir düzen içerisinde kurgulanmakta ve kurumlardan, nesnelere, eylemlerden, değerlerden ya da inançlardan bağımsız olamamaktadır (Karaçelik, 2019, s.19). Haliyle, “fotoğrafın hakiki içeriği görünmezdir, zira biçimle değil zamanla ilgili bir etkileşimden” türemektedir (Berger, 2016, s. 37).

Günümüz görsel kültürü içinde fotoğrafın yeri ve önemi ise fotoğrafın üstlendiği rol ile ilişkilidir. Rollerse bağlamları dikkate almayı gerektirir. Fotoğrafın rolü ister sanatsal bir eser üretimi ister hakikat bekçiliği olsun; değerini belirleyen ilişkilendiği bağlam içinde belirginleşen anlamıdır. Konuyu Sontag’ın sözleri ile açmak gerekirse fotoğraf, gören ve anlamlandıran göz

olmadan, neden bahsettiğini ya da neyi işaret ettiğini söylemenin pek olası olmadığı bir ideolojik çıktıdır. Görüntülere yargılarımızı bindirdiğimiz noktada, fotoğraf konuşmaya ve bir şeylerin kanıtı olmaya başlayarak değerli hale gelmektedir (Sontag, 1999, s. 35). Berger de, fotoğraflanan anın, ancak bir bağlam içine oturtulabilirse anlamlı hale geleceğinin altını çizmektedir (Berger, 2016, s. 84).

İdeolojik çıktılar olarak fotoğrafların, bireylerin hakikati ve bilhassa kimliklerini inşa ettikleri noktada birer belge olarak yadsınamaz rolleri vardır. *“Fotoğraflar bir yandan insanlara gerçekdışı bir geçmişin hayali sahipliğini verirken, diğer yandan da insanların içinde güvensiz oldukları boşluğa sahip olmalarına yardım eder”* (Sontag, 1999, s. 25). Böylece birey, dünyadaki yeri hakkında yargı geliştirebilir; dünyaya tutunacağı noktayı imleyebilir. Bu yönüyle fotoğraf, geçmişi anımsamak kadar görülenin gerçekten var olduğuna kanaat getirmenin de bir aracıdır. Fotoğrafın gösterdiği aynı anda hem geçmiş hem de gerçek olandır (Barthes, 2016, s. 100). Bu yönüyle tüm fotoğraflar gerçeğe yaslanmakta; diğer taraftansa gerçeğin değişmezliği fikrini alacağı etmektedirler (Karadağ, 2004, s. 114). Süjenin fotoğraflanırken içinde bulunduğu an, asla tekrarlanamayacak ve hızla geçmişe karışacak olmasıyla bize sınırlı bir gerçeklik hakkında bilgi taşımaktadır. Eski bir fotoğrafta görülen yüzler, mekânlar ve/ya olaylar yalnızca o anın gerçekliğidir ve gerçek durmaksızın değişmektedir. Bu nedenle *“her bir fotoğraf söz dinlemeyen ve ulaşılmaz bilinen gerçekliği hapsetmenin, onu olduğu yere mihlamanın birer yoludur. Ya da onlar büzüşmüş, içi boşaltılmış, çabucak bozulan ve uzaktaymış gibi gelen bir gerçekliği genişletirler. Bir insan gerçekliğe sahip olmasa bile görüntülere sahip olabilir.”* (Sontag, 1999, s. 181). Fotoğraf makinesinin verdiği bu güç, gerçeğin nüvesini dünyada değil fotoğraflarda arama gibi bir alışkanlığı da beraberinde getirmiştir. Doğası gereği, dil yetisi görme yetisinden sonra edinildiğinden, doğduğu günden bu yana dünyayı önce görerek algılayan insan; görüntülere inanmak yolunda içsel bir dürtüyle hareket etmektedir. Dolayısıyla fotoğraf, hakikatle derin bir ilişki içindedir.

1. Fotoğraf, Hakikat ve Teknoloji Üzerine

Fotoğraf ve hakikat ilişkisi, fotoğraf tarihi boyunca üzerine konuşulan bir konu olagelmıştır. Özellikle endüstri çağı döneminde, fotoğraf bilimsel ve teknik gelişmelerin olduğu kadar toplumsal dönüşümün de en önemli belgeleme aracıdır. *“Fotoğrafın özü temsil ettiği nesneyi onaylamasıdır. ... Hiçbir yazı ... bu kesinliği veremez. Dilin talihsizliği, doğruluğunu kanıtlayamamasıdır. Dilin noema'sı belki de bu güçsüzlüktür; ya da daha olumlu konuşursak dil doğası gereği kurgusalıdır.”* (Barthes, 2016, s. 103). Oysa fotoğraf, en azından tarihin belli bir dönemine kadar, hakikatin aynası gibi algılanmıştır. Özünde barındırdığı kurgusalılık geri plana itilmiş ve kanıt niteliğinin altı çizilmiştir. Bir ressam, bir olayı ya da olguyu tasvir ederken kendi yorumunun kıskacına takılabılır ve/ya görmek istediği kadarını kayda geçirebilir; oysa fotoğraf, deklanşöre basma kararının ve çerçeveleme tercihinin fotoğraf makinesini kullanan insanın inisiyatifinde olması bir kenara bırakılırsa, nesnellik iddiasıyla anılan bir belgedir. Hâlbuki *“bir fotoğrafa bir resme ne kadar inanıyorsanız o kadar inanabilirsiniz.”* (Hockney ve Gayford, 2017, s. 263). Zira fotoğraf da tıpkı resim gibi aslında bir *görme biçimidir*. İki kişinin aynı kadraj, zamanlama ve konu ile çektiği fotoğraflar bile birbirinin eşi

olmayacaktır; herkes vizörünü kendisine ilginç gelene doğrultmaktadır. Diğer taraftan kolaj ve fotomontaj gibi deneysel tekniklerin fotoğraf içinde görülmeğe başlanması da fotoğrafın nesnel gerçeklikle olan bağını aşındırmakta (Tatar, 2019, s. 101) ve görme biçimi niteliğini ön plana çıkarmaktadır.

Böylesi çetrefilli bir çerçevenin yanı sıra, endüstri çağının baskın modernist anlayışı uyarınca da hakikat ve fotoğraf ilişkisi tartışmalıdır. Modernist bakış açısı *tekillik* anlayışı üzerine kuruludur ve modernizmde hakikat biriciktir. İnsan aklına ve pozitivismeye inanan bir yapı içinde genel geçer tek bir doğruya ve evrensel değerlere yapılan vurgu belirgindir. “*Modern düşünceye göre hakikat, doğanın yani nesnel olanın bilgisi olup rasyonel bir bilme eyleminin konusunu oluşturur. Dolayısıyla hakikatin, dışsal bir özelliğe sahip olduğu modern düşüncede hakikat; teknik bir bilme eyleminin ortaya çıkmasının da sebebidir*” (Aydın, 2022, s. 2). Bu anlamda, modern hakikat, duygulardan yalıtılmış ve düşünceden de mümkün olduğunca muaf tutulmaya çalışılmış bir hakikattir; tartışmaya açık değildir ve ampiriktir. Bu yönüyle fotoğraf ve fotoğraf makinesi hem hakikatin temsilcisi hem de yıkıcısıdır. Temsilcisidir, zira görüntünün üretiminde değişken ve yanlı insan faktöründen ziyade nesnel ve tarafsız bir makinenin etkin olduğu kabulü vardır. Fotoğrafların makine aracılığıyla ortaya konuyor olması, teknolojiyle güven arasındaki ilişkiden faydalanarak fotoğraflara gerçeği belgeleme sorumluluğu yüklemiştir. Öyle ki, Zola 1901’de şöyle demektedir; “*Bence bir şeyin fotoğrafını çekene kadar, onu gerçekten görmüş olduğumuzu iddia edemeyiz.*” (Sontag, 1999, s. 107). Yıkıcısıdır, zira tekniğin imkânlarıyla çoğaltılabildiği çağda görüntü artık biricik olma niteliğinden uzaklaşmaktadır. Özellikle fotoğrafla yaratılan görüntünün sanatsal bir eser olarak kabul edildiği durumlarda biriciklik ve onun etrafında oluşan aura önem kazanmaktadır. Ancak sanat eseri, teknik araç ve imkânlar yardımıyla çoğaltıldığında eserin zaman ve uzam içindeki buradalığı kadar ortaya konulduğu mekândaki biricik varlığı da zedelenmekte; aurası yitmektedir. Hâlbuki *asıl olanın buradalığı*, hakikiliğin de ön şartıdır (Benjamin, 2017, s. 48).

Endüstri sonrası çağın postmodernist anlayışında ise yukarıdaki düalist yapı bambaşka bir hal almıştır. Hakikatin tekilliği fikri, bir baskı aracına dönüşmesi nedeniyle eleştirilmiş ve her şey gibi hakikat algısı da evrilmiştir. *Hakikat sonrası* olarak Türkçeleştirilen yeni bir kavram olarak *post-truth*, gündemi işgal etmiştir. Hakikat sonrası; hakikatin esnetilebildiği, detaylarla ya da fazladan aktarılan bilgilerle süslenebildiği ve/ya eksiltelen ya da çoğaltılan verilerle geliştirilebildiği bir zamana işaret etmektedir. Yalan söylemekten farklı bir şeydir. Daha çok hakikatin farklı eleklere geçirilmiş, sterilize edilmiş halidir (Keyes, 2019, s. 25-29). “*Hakikat sonrası çağına özgü olan şey, gerçekliği bilme düşüncesinin değil bizzat gerçekliğin varlığının hiçe sayılmasıdır*” (Mcintyre, 2022, s. 31). Zira postmodernist anlayış uyarınca hakikat biricik değildir; bakış açılarına göre şekillenebilen, -negatif anlamda kullanılmayan nitelermeler olarak- yanlı ve ideolojik bir fenomendir. Bilginin iktidarla olan ilişkisi içerisinde geliştiğinden; taraflı ve indirgemeci yapısı göz ardı edilmemelidir. Bu bağlam uyarınca hakikat sonrası, “*çoklukların, farklılıkların, göreceliğin, müphemliğin esas olduğu postmodern hakikat anlayışı*” (Aydın, 2022, s. 30) üzerine inşa edilmiştir.

Fotoğraf da hem yukarıdaki paradigma değişikliğinin hem de teknolojik ilerleme ile genişleyen olanakların gölgesinde yeniden biçimlenmiştir. Modern fotoğrafın belge ve kanıt olarak hakikatin temsilcisi olma iddiası yerini, hakikati inşa eden dijimodern fotoğrafa terk etmiştir. Benesch'in altını çizdiği üzere dijimodernizm, Alan Kirby'nin tabiridir ve “*neoliberal, dijitalleşmiş küresel kapitalizm için*” kullanılmaktadır. Dijimodernizmle beraber gözlenmeye başlanan profesyonellik karşıtlığının yanı sıra uzmanlık bilgisine verilen değerın ölümü (Benesch, 2021, s. 61); fotoğrafın estetik açıdan olduğu kadar hakikat açısından da dönüşmesini sağlamıştır. Bu bağlamda fotoğrafın sundukları/anlattıkları dijimodernist süreçte yeni bir anlam kazanır.

1990'ların ikinci yarısında hızla gelişen yeni medya teknolojileri dolayısıyla ortaya çıkan dijimodernizm için Kirby, postmodernizmi başka bir evreye taşıyan yeni bir kültürel paradigma nitelmesi yapmaktadır. Metinlerin bilgisayar ortamına taşınması ile karakterize dijimodernizm, ileriye dönük, gelişigüzel, uçucu, anonim, sosyal ve çoklu yazarlı yeni bir metin yapısını baskın kılmıştır. Bu metin yapısı gelişime açık, sonu ve resmiyeti olmayan, görünen gerçekliğe odaklanan bir bileşim arz etmekte ve günümüzün çağdaş kültür dünyasını biçimlendirmektedir. Dijimodernist metin; okuyucunun ve/ya izleyicinin verili olanı kullanarak yeni bir metin oluşturmaya, görünür içerik üretebilmesine ya da anlatı gelişimini somut biçimde şekillendirmek için metne fiziksel müdahaleler yapabilmesine izin verir. Dijital teknolojilerin metinle buluştuğu ve metnin parmaklar aracılığıyla tıklama, tuşlama gibi çeşitli aşamalarda (yeniden) formüle edildiği bir nitelik sunar. Dijimodernizm, postmodernizmden bir kopuş olmaktan ziyade, postmodernizmin sosyal ve politik etkileri ile düzenlenmiş bir süreklilik olarak algılanmaktadır² (Kirby, 2009, s. 1-2).

Bilindiği üzere modernizm, ifade aracı olarak kalıpları ve kuralları görece katı ve kapalı olan *dili* öncelemektedir. Dil, sosyo-kültürel yapıdan ve gelenekten beslenen yerleşik ve değişim ivmesi düşük bir araçtır. Dolayısıyla modern fotoğrafın da bir dili vardır. Oysa postmodernizm, dilden ziyade metne teşnedir; zira postmodernist anlamda metin, dilin sınırları ile ilgili modernist endişeleri yıkan, daha akışkan ve kuralları esnek bir yapı arz etmektedir. Metinler okunabilir ve anlamları okuyucu tarafından tayin edilir. Postmodern bakışa göre her şey bir metindir ve metinler, birbirlerine referans vererek çoğalıp gelişmektedir. Bu anlamda, *metinlerarasılık*, postmodernizmin tanımlayıcı unsurlarından biridir ve fotoğraf estetiği kadar tekniği ve anlamı üzerinde de belirleyicidir. Postmodern fotoğrafta görüntüler imajlara eşitlenmektedir. Dolayısıyla görsel ağırlıklı bir yapı arz eden postmodern toplumlarda, hakikati ve/ya deneyimi arama, onaylama ve çoğaltma yolunda fotoğraf, insanlara kaçınılmaz bir seçenek olarak sunulmakta ve kitlelerden görüntü bağımlıları yaratılmaktadır (Sontag, 1999, s. 40). “*Fotografik görüntüler aslında hiç de o kadar gerçek değildir. Bunun yerine gerçeklik giderek fotoğraf makinesinin bize gösterdiği gibi görünmeye başlamıştır.*” (Sontag, 1999, s. 178-179). Dolayısıyla postmodern fotoğraf, dönemin ruhuna uygun olarak, gerçekliği yeniden

² Bu bağlamda postmodern fotoğraftan dijimodern fotoğrafa, eş deyişle yeni bir metin yapısına geçilmiştir. Özellikle görünen gerçekliğe odaklanan bu yapı, fotoğrafın anlamı kadar kullanıma ve üretilme biçimlerini de etkilemiştir.

tanımlamaktadır. Tatar'ın da altını çizdiği üzere postmodern dönemin, zaman ve mekân kavramlarını çöküntüye uğratması nedeniyle postmodern fotoğraf, fragmantasyona ve şizofreniye odaklıdır. Vurgu içerikten biçime kaymış, gerçeklik ingelere evrilmiş, kimlik değişimi ve yabancılaşma gözlenmiş, kendine referanslılık artmış, daha anarşik, parçalı ve göndermeleri bol bir yapı hâkim hale gelmiştir (Tatar, 2019, s. 124).

Fotoğrafın hakikatle olan ilişkisi, dijimodernizmle birlikte bir eşikten daha geçmiştir. Teknolojinin yoğun etkisi altındaki dijimodern çağda, hakikat teknolojik araçlar yardımıyla inşa edilir ve düzenlenir hale gelmiştir. “Gerçekliğin göreceliği, artık bir tasarım konusudur” (Artut, 2014, s. 10) ve anlamın, biçimin ardında kaldığı gözlenmektedir. Bu çağda metin, *hipermetin* haline gelmiştir. Hipermetin, “*enformasyon teknolojileri alanındaki yenilikler sonucu ortaya çıkan, yapısı tamamen değiştirilmiş yeni bir metin formuna karşılık gelmektedir*” ve “*bilişim teknolojileri dilindeki anlamıyla, diğer metinlere yönlendirilmiş otomatik çapraz referanslar içeren bir dökümantasyon sistemi*”dir (Ergaz, 2005, s. 21). Bir hipermetin formunu alan fotoğraf da artık geçişken ve süreksiz bir imgedir. Yalnızca durağan görüntülerden değil, bu görüntüleri destekleyecek metin, ses ve video gibi öğelerden de oluşmaktadır. Süratle çoğaltılabilir, paylaşılabilir, değiştirilebilir niteliktedir ve bunların kim tarafından yapıldığı da belli değildir; karma bir ilişkiler ağı içinde anonimlik hâkimdir. Hipermetin, büyük oranda *rastlantısal* bir metindir ve bugün sosyal medyada ve/ya metaverse gibi mekânlarda sıklıkla karşılaşılan bir tür içeriktir.

Hipermetinsellik, zaman, mekân ve hakikat üzerinde de etkilidir. Dijimodernizm, yeni medya aygıtlarıyla hemhal bir ağ toplumu yapılanmasıdır ve alametifarikası zaman ve mekân sınırlarının ortadan kalktığı *sanallıktır*. Dijimodern çağ, verilerin ön plana çıktığı ve manipülasyonunun kolaylaştığı, dünyanın hızlanıp küçülerek birbirine ağlarla bağlandığı bir zamanı ifade etmektedir. Böylesi bir dijitalleşme ise tüm algıları, alışkanlıkları ve anlayışları dönüştürmektedir (Ceylani ve Yavuz, 2023, s. 52). Öyle ki dijital dünya, yeni bir gerçeklik sunmakta ve burada *eşzamanlılık* ve/ya *zamansızlık* bağlamında fiziksel olarak farklı lokasyonlarda bulunan insanlar; aynı sanal ortamı paylaşabilmektedir. Sanal mekân, bilgisayar kullanıcılarının uzlaşım ortak halüsinasyonu işlevini görmektedir. Bu mekânı paylaşan kullanıcılar, devingen bir etkileşim halindedir ve hakikat de sürekli baştan biçimlendirilmektedir (Tatar, 2019, s. 149-157). Böyle bir yapıda fotoğrafın odağı da “*kullanım, üretim, çekim, iletim, alımlanma ve dolaşım koşullarına, yani görüntü-üstü bileşenlere*” kaymaktadır (Soulages, 2022, s. 16).

Dijimodern fotoğraf, fotoğrafın hakikatle bağını temellerinden sarsmaktadır (Tatar, 2019, s. 162). Eskisi kadar yeteneğe bile artık ihtiyaç yoktur, zira teknik imkânların gelişmişliği insan hatasına ve/ya becerisine yer bırakmamaktadır (Hockney ve Gayford, 2017, s. 248); ancak bugün fotoğraf, yaratıcılığa ve *anlatı yetisine* son derece muhtaçtır. Süjesi belirlenmiş bir fotoğrafta geri kalan her şey hayal gücüne ve bunu ifade becerisine dayanmaktadır. Süjenin içinde bulunduğu mekândan onu sarmalayan objelere dek her şey teknoloji yardımıyla dönüştürülebilmektedir.

Bu bağlamda görsel verileri inceleyerek bu tür verilerden yeni kümeler oluşturmak için üretken karşıt ağlar (Generative Adversarial Networks- GAN'lar) gibi katmanlı derin sinir ağlarını kullanan denetimsiz bir makine öğrenimi biçimi olan derin öğrenme ile desteklenen yapay zekâ³ (Gülaçtı ve Kahraman, 2021, s. 244) sanat dünyası için bir dönüm noktası olmuştur. Özellikle günümüzde *DALLE*, *Midjourney*, *Stable Diffusion* gibi yapay zekâ temelli fotoğraf uygulamaları sanat ve fotoğrafın o tuhaf yapay zekâ evreninde, bir ressamın fırçası ya da bir fotoğrafçının kamerası yakında modası geçmiş müze parçaları haline getirme potansiyeline sahiptir. Bu yeni uygulamalarla bir fotoğrafın yaratım sürecinde ışığı, tonlarını ya da insan duygularını yakalamak, insan ve doğa arasındaki bağları keşfetmek ya da vahşi yaşamın harikalar diyarının derinliklerine dalmak için ortam ışığını ve kamerayı nasıl kullanacağımızdan daha fazla yazılım ve teknoloji bilgisine ihtiyaç duyulan bir aşamaya geçilmiştir (Bhattacharjee, 2023, s. 8). Üstelik GAN'larla temeli atılan bu süreç *Generative Fill* ile neredeyse doruğa ulaşmıştır. GAN'larla doğal bir fotoğrafı manipüle etmek, dijital fotoğrafçılıkta merkezi bir sorundur; zira GAN'ların görüntüleri sentezlemedeki başarısına rağmen sentezlenen piksellerin orijinal görüntüyle uyuşmaması sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Ayrıca bu sentezlemeyi yapabilmek de bir teknik bilgi ve beceri işidir. Oysa *Generative Fill*, uzmanlık bilgisine rağmen saatler süren çabalar sonucu yaratılan fotoğrafları, yalnızca metinsel emirlerle yapay zekâ tarafından saniyeler içinde oluşturabilmeyi sağlamaktadır. Böylece fotoğrafta mevcut olan bir form başka bir forma çevrilebildiği gibi, fotoğrafta yer almayan bir süje ya da obje de fotoğrafa eklenilebilmekte ve/ya tam tersi yapılabilmekte, istenmeyen şeyler silinebilmektedir. İki farklı fotoğraf tek kare haline getirilebilmekte ya da fotoğrafın arka planına müdahale edilebilmektedir. Bomboş bir sayfa üzerinde tanımlanan niteliklerde oluşturulmuş fotoğraflar da üretilebilmektedir. Ayrıca fotoğrafların çerçevesi ve içeriği genişletilebilmekte ve böylece boyutları büyütülebilmektedir. Bunu yaparken mekânı, anahtar kelimeler yardımıyla istenilen niteliklerde tasarlamak mümkün olduğu gibi yapay zekânın uygun gördüğü rastlantısallık çerçevesinde tamamlamak da mümkündür. Mevcut ya da oluşturulmuş görselden referansla sonsuz büyüklükte yeni görsellerin yaratılması artık yalnızca birkaç sözlü komut uzaklıktadır. Üstelik bu yeni teknolojiler kullanıcı dostu olmaları dolayısıyla herhangi bir profesyonellik gerektirmeden herkesçe rahatlıkla kullanılabilir.

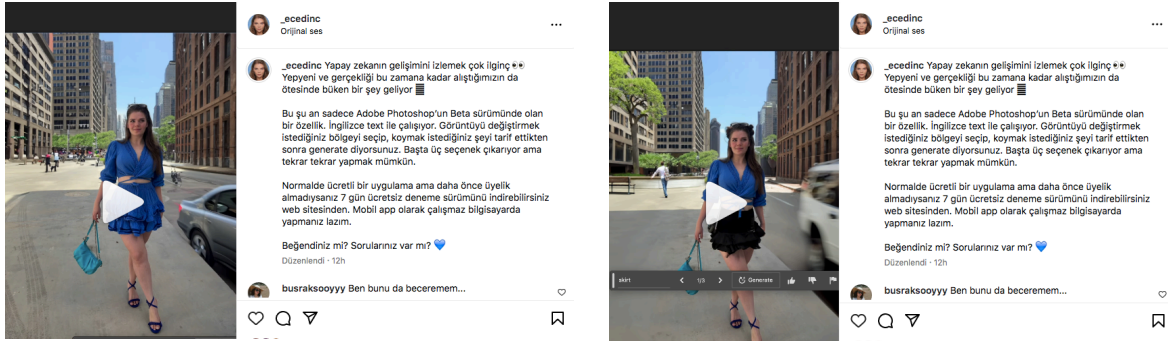
Aşağıdaki görselde sosyal medya fenomeni Ece Dinç'in takipçilerine Adobe Photoshop'un *Generative Fill* uygulamasını tanıttığı "Yapay Zekâyla Fotoğraf Değiştirme" başlıklı reels paylaşımından kareler yer almaktadır. Birinci görselde Dinç mavi etek ve bluzuyla arkasında ağaçlar, yeşillikler ve birkaç bina olan beton bir alanda poz vermektedir. İkinci görselde ise verdiği yazılı komut sayesinde arka plan New York'ta bir sokağa dönüşmüştür. Bununla da yetinmeyen Dinç sokakta yanından arabalar geçiyormuşçasına bir görüntü istemiş ve komut olarak gri kutucuğa "cars passing by" ifadesini yazarak

³ 1956'da Marvin Minsky, John McCarthy, Nathaniel Rochester ve Claude Shannon tarafından makinelerdeki zeki davranışlar üzerine düzenlenen ilk konferansta *yapay zekâ* terimini ilk kez McCarthy tarafından ortaya atılmıştır (Mc-Corduck, 1979'dan akt. Barrow, 1996, s. 142).

yanından arabaların geçtiği bir görsel oluşturmuştur. Son görselde ise Dinç'in mavi eteğini siyaha dönüştürdüğü, ayrıca resmin arka planında ağaçlar, sokakta yürüyen insanlar ve yandan geçen arabada değişiklik yaptığı görülmektedir. Örnekte olduğu gibi bu gibi yapay zekâ destekli fotoğraf uygulamaları gerçek ve kurgu arasındaki sınırları giderek bulanıklaştırarak gerçeklik, mekân, temsil ve bunların bir sonucu olarak kimlik tartışmalarının önünü açmaktadır.



Görsel 1: Yapay Zeka ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç Instagram Sayfası



Görsel 2: Yapay Zeka ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç Instagram Sayfası
Görsel 3: Yapay Zeka ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç Instagram Sayfası

Peki, bu gerçek fotoğrafçılığın sonuna mı işaret etmektedir? İnsanlık tarihi boyunca teknoloji her zaman yıkıcı bir güç olmuştur, ancak insanlık aynı zamanda bu tür yıkımlar sayesinde "yaratıcı yıkım" adı verilen bir süreçten geçerek ilerlemiştir. Dijital çağdan önce de fotoğrafları karartma, yakma, farklı negatif parçalarını dilimleme ve yeni birleştirilmiş bir görüntü oluşturmak için bunları üst üste koyma gibi çeşitli tekniklerle manipüle ediliyordu. Bu anlamda, yapay zekâ fotoğrafçılıkta doğal bir teknolojik ilerleme olarak kabul edilebilir. Ancak gelinen noktada yapay zekâ herhangi bir fotoğrafik veya sanatsal araca ihtiyaç duymadan metinden basitçe görüntüler oluşturabilir. Bu nedenle, bir gün bir fotoğrafçının herhangi bir girdisine ihtiyaç duymadan bile çarpıcı görüntüler yaratması olasılıklar dâhilindedir (Bhattacharjee, 2023, s. 8-9). Bu sebeple fotoğraf *çekilen* değil, *yapılan*; belgeye/kanıta dayalı hakikat de *keşfedilen* değil, *inşa edilen* bir yapıya bürünmektedir. Bu durumun ise mekân, bellek ve kimlik üzerinde muazzam etkileri gözlenmektedir.

2. Fotoğraf, Mekân ve Kimlik

Günümüz dünyası, her ne kadar zaman ve mekân sınırlarını aşan bir yapı sergilese de mekân hala zihinsel anlam haritalarımızı, bireysel ve kolektif hafızalarımızı, tarihsel süreç içindeki konumlanma noktalarımızı ve pek tabii kimliklerimizi oluşturabilmek için dikkate değer bir kategoridir. Massey ve Lefebvre gibi düşünürlere göre mekân ve zaman birbirlerine sıkı sıkıya bağlı unsurlardır ve hem tarihin hem de sosyal ilişkilerin inşasında etkilidirler. İktidar ilişkileri de bu iki unsurun karşılıklı etkileşimi dolayısıyla oluşmakta ve devam etmektedir (Karmaz, 2021, s. 69-70). Dolayısıyla, yeni medya teknolojilerinin de yaşamın gündelik seyrinin ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle sosyal bilimlerin mekâna olan ilgisi pekişmiştir. Bireylerin, mekânlarla ve medyalarla etkileşimi, toplumun genel yapısına etkileri göz önüne alındığında son derece önemlidir. Ağ tabanlı yeni medya araçlarının getirdiği yeni kültürel alışkanlıklar bireylerin mekânı ve zamanı deneyimleme biçimlerini baştan aşağıya dönüştürmüştür. Uzaklık-yakınlık, hız-yavaşlık, kamusal-özel, mahrem-genel, sanal-gerçek gibi pek çok ikilik yeniden tanımlanmıştır. Söz konusu ikilikler arasında keskin çizgiler de kalmamış ve karşıt kutuplar birbirine gittikçe daha çok yaklaşmaya ve hatta karışmaya başlamıştır. 2000'lerin başında birbirine eklenmeye başlayan sanal ve gerçek dünyalar, mekânın iletişim çalışmaları içindeki yerini ve önemini de artırmış; özellikle metaverse gibi mecraların hayatımıza girmesiyle birlikte bu önem görmezden gelinemeyecek düzeye ulaşmıştır.

Bugün, “medya aracılığıyla kişinin dünyayla ilgili temsilini kişiselleştirmesi ve nihayetinde kendisini bu dünyayla çevrelemesi mümkündür.” Medya dolayısıyla deneyimlenen hakikat ile fiziki ortamlarda yüz yüze deneyimlenen hakikat arasındaki keskin ayrımlar hızla törpülenmekte; iki farklı gerçekliği birbirinden ayırmak gittikçe daha zor hale gelmektedir (Jensen, 2010’dan aktaran Toprak, 2021, s. 11). Mekân kavramının sınırları genişlemiştir; mekân dendiğinde akla gelen yalnızca fiziksel alanlar/yerler değil, aynı zamanda ağlar ve dijital teknolojiler yardımıyla dâhil olunan dijital mekânlardır. Dijital

teknolojiler sayesinde “mekânın kendisi medya ile bütünleşirken, medya da mekânsallaşmaktadır” (Toprak, 2021, s. 13).

Mekân ve mekân dolayımıyla kurulan ilişkiler özellikle *LeFebvre, Castells, Harvey, Auge* gibi Marksist ve/ya Neo-Marksist sayılabilecek kuramcılar için toplumu anlamada önemli bir kategoridir. Mekânlar, anılarımızı, belleğimizi ve kimliğimizi şekillendirirken insanlar da anlamlandırma ve deneyimleme tarzlarıyla mekânları dönüştürmektedir. Stavrides’e göre mekân, insan için yalnızca bir deneyim alanı değil; içinde düşüncelerin, duyguların ve hayallerin de inşa edildiği daha kapsamlı bir ortamdır. Böylece mevcut toplumsal dünyanın yanı sıra, eylemliliği teşvik eden ve kolektif düşlere kapı aralayan başka olası dünyaların da şekillendirilmesi mümkün olmaktadır (Stavrides, 2016, s. 11).

Teknolojinin yaşamın merkezine yerleşmesiyle beraber, söz konusu olası dünya örneği olarak, sanal ve gerçek mekân ayrımının da silikleşmesi sayesinde literatüre *melez/hibrit mekân (hybrid space), artırılmış mekân (augmented space), karma gerçeklik (mixed reality)* gibi nitelermeler girmiştir (Toprak, 2021, s. 13). Bu tarz mekânlar, görselliğin hâkimiyeti altındaki alanlar olduğundan bireyin buradaki varlığı da büyük oranda görsel kimliği üzerinden gerçekleşmektedir. Özellikle yeni medya araçlarında ve teknolojilerinde gözlenen gelişimle artık her birey kendi benliğini bir marka gibi ele almaya ve sunmaya yönelmekte; bunun için de fotoğraf gibi görsel çıktıları en etkin şekilde kullanmaktadır. Zira “görsel kimlik, sadece bir kimlik tipi değil, görsel oluşu ve dışı vurumsal doğası nedeniyle belli bir işaretler sistemi içinde aslında bir iletişimdir.” (Yayınoglu ve Susar, 2008, s. 29). Bugünün dünyasında iletişim ise çok büyük oranda görsel kodlar ve görsel kimlikler üzerinden ilerlemektedir.

Kimlik tasarımının dört temel işlevi olan *pratik, estetik, sembolik ve sosyal* işlevler; görsel kimlik inşa edilirken de dikkate alınmaktadır. Kısaca betimlemek gerekirse pratik işlev fayda ve kullanıma uygunluk kriterini; estetik işlev göze hoş gelme ve dikkat çekme kriterini; sembolik işlev kültürel ve sosyal bağlantılar bağlamında içeriği yansıtma kriterini; sosyal işlevse aidiyet ve toplumsal etkileşim kriterini yerine getirmektedir (Yayınoglu ve Susar, 2008, s. 31-32). Sosyal ağlarda ve hibrit mekânlarda fotoğraflar yardımıyla kurulan görsel kimlik inşasında da yukarıdaki dört işlev etkindir. Hem içinde yer alınan hibrit mekânlar hem de buralarda kullanılan fotoğraflardaki mekânlar üzerinden, özellikle sembolik ve sosyal işlevlerin aktif olarak işletildiği görülmektedir. Dolayısıyla mekân konu edildiğinde, “en çok tartışılan vasfı kimlik oluşturmastır. Bağlama göre tekrar tekrar kurulabilen kimlik, kendimizi konumlandığımız geçici bir platformdur, ama kalıcı bir şekle büründürülmeye çok müsaittir. Kimliğin oluşumunda farklılık temel bir rol oynar, çünkü kimlik ancak başka kimliklerle olumsuzluk ilişkisi içerisinde kurulabilir.” (Auge, 2016, s. 8). Belli mekânları tüketenler ve tüket(e)meyenler olarak ayrıştırmaksa bu farklılığı yaratmanın en kestirme biçimidir. Fotoğraf aracılığıyla geçmişi tüketilebilir bir objeye dönüştürürken; geleceğin de neye benzeyeceğini en azından simgesel düzeyde inşa etmeye başlarız. Bugün tükettiğimiz görüntüler ve bu görüntüleri kuran mekânlar gelecekte tüketebileceklerimize rehberlik eder; en azından beklentiyi düzenler. Beklentilerse eylemleri inşa eder ancak bu süreç toplumsal etkiden azade değildir. Bu nedenle dijital ağlarda dolaşan fotoğraflarda görülen mekânlar, kimlik üzerinde kurucu bir rol oynasa da bu rolde, kimliğin

sergilenmesi ve diğerlerince onaylanmasının toplumsal açıdan manalı eylemler aracılığıyla gerçekleşiyor olması etkilidir. Dolayısıyla fotoğraflarda paylaşılan mekânlar öznel zevkin ve/ya sıradan seçimlerin sonucu değildir. Aksine, toplumda mevcut zaman dilimi içinde değer ve anlam bulan yerlerin kadraja girmesine dikkat edilmektedir. Zira Stravrides'in de altını çizdiği gibi, “*kimlik sonuçlar üretir ve kendisi de bir sonuç olarak üretilir. Bu bakımdan kimlikler icra edilerek var olur ve dolayısıyla toplumsal durumun aktif unsurlarını oluşturur: Toplumsal ilişkilerle karşılıklı etkileşim içindedirler ve bu ilişkilerin yürütülmesi sürecinde kelimenin gerçek anlamıyla gerçekleşirler.*” (Stavrides, 2016, s. 165).

Böylesi bir süreç, *mekânsal benlik* kavramıyla da yakından ilgilidir. Gerek online gerekse offline olarak içinde hareket ettiğimiz ve kimliğimizi sergilemek amacıyla kullandığımız mekanlar, gündelik pratiğimizi inşa etmede önem arz etmektedir. Bu yönüyle mekânsal benlik, fiziki mekânlara atfedilen değerler kadar topluluğun o mekânlara eklenme biçimleri ile gelişmektedir. Şayet bir mekânda görünmek istiyor ya da oradan konum paylaşıyorsak bu kendimizi o mekânı temsil eden değerlerle ve diğer toplumsal gruplarla -fantazi ya da gerçek düzey fark etmeksizin- ilişkilendirdiğimizi göstermektedir. Mekânsal benlik, temsil niteliği ile değerlidir. Bugün pek çok insan, çevrimiçi kimliklerini mekânsal benlik yardımıyla kurdukları anlatılar ile şekillendirmekte ve sergilemektedir (Toprak, 2021, s. 174).

Auge'nin Norberg-Schulz'dan aktardığı üzere bireylerin varoluşlarını eş deyişle kimliklerini onaylayan yerler yaratmak arzusu üç temel nedenle ilintilidir. Bunlar açıkça ifade edilemeyenleri sembolik olarak ortaya koymak, alımlanan anlamı görselleştirmek ve olmayanın inşası yoluyla gücünü sergilemek şeklinde özetlenebilir. Böylece bireylerin, yaratılan yerler dolayısıyla deneyimledikleri anlamları biriktirip kendilerine birer mikrokozmos kurmaları olanaklı hale gelmektedir (Auge, 2016, s. 12). Günümüz dünyasında bu mikrokozmoslar metaverse'e, yaratılan yerler ise fotoğraflardaki mekânlara denk düşmektedir. Dolayısıyla kimlik tartışmaları medyanın teknolojik seyrinden ve mekândan bağımsız işlememektedir.

Ne var ki sosyal paylaşım ağlarının interneti bir sosyalleşme aracı ve ortamı haline getirdiği 2000'lerden itibaren yaşanan toplumsal değişim ve dönüşümler, kimliği yeni bakış açıları çerçevesinde ele alma gerekliliği doğurmuştur. Sosyal paylaşım ağları daha ilk yıllarından itibaren kimlikler açısından heyecan verici olduğu kadar endişe verici yeni deneyimler de sunmaktadır. Erken dönem sosyal medya ve kimlik çalışmaları çok büyük ölçüde *Erving Goffman*'ın “sosyal benlik” kuramı çerçevesinde ele alınmıştır. 1990'lı yıllarda Goffman “Gündelik Hayatta Benliğin Sunumu” (1990) adlı kitabında sosyal yaşamda insanların öteki insanların karşısında adeta tiyatro sahnesinde performans sergileyen birer oyuncu gibi rol yaptığı görüşünü teorize etmiştir. İnsanların öteki karşısında sergiledikleri tavırlarını *sahne önü*; kendi başlarına olduklarındaki tavırlarını ise *sahne arkası* performansları olarak adlandırmıştır. Goffman'ın *sahne önü* ve *sahne arkası* kavramları üzerinden fiziksel/“gerçek” mekânlar için kavramsallaştırdığı bu bakış; 2000'li yıllarda yapılan sosyal medya ve kimlik tartışmaları için de verimli bir çerçeve sunmuştur. Nitekim çok geçmeden sayısız çalışmanın kavramsal çerçevesi Goffman ekolü ile kurulmuştur.

Bilindiği üzere bu Goffmancı sosyal benlik tartışmaları/çalışmaları, kimliğin/benliğin sosyal paylaşım ağlarında nasıl, hangi motivasyonlarla, ne amaçla sunulduğuna ve bu sunumların “gerçeklik”le ilişkisine odaklanmaktadır. 2000’ler ve 2010’lu yıllar boyunca bu bakış mekân-kimlik-gerçeklik ilişkisini açıklamada kullanılsa da; 2020’lı yıllara gelindiğinde internetin kullanım pratikleri açısından yeni bir döneme girmesi ile belli kırılmalar yaşanmıştır. Metaverse, yapay zekâ, blockchain gibi yeni teknolojiler kullanıcılarla buluşmuştur. Metaverse gibi kişilerin kendi oluşturdukları avatarlarıyla yeni dünyalarda deneyimledikleri sosyal yaşantı artık farklı kavramsal çerçevelerle ele alınmayı gerekli kılmaktadır. Bu nedenle güncel kimlik tartışmalarının artık *Foucault*’un heterotopya kavramı, *Baudrillard*’ın simülasyon kuramı ve son yıllarda sıklıkla duymaya başladığımız post-truth kavramı etrafında şekillendiği gözlenmektedir. Daha önce de vurgulandığı üzere görsellerin kimlik inşasındaki rolü son derece önemlidir ve bugünün dünyasında fotoğraf artık bir hipermetindir. Dolayısıyla metaverse üzerinden yürütülen avatar ve kimlik tartışmalarında hem fotoğrafın evrimini ve metin yapısını, hem de güncel yaklaşımlar bağlamında post-truth’la olan ilişkisini dikkate alan bir izlek takip edilmiştir.

Söz konusu izleği daha iyi kavrayabilmek için bir hibrit mekân örneği olan metaverse’e yakından bakmak gerekmektedir. Bilindiği üzere hibrit mekânlar, “*mobil teknolojilerin yardımı ile bireylerin dijital içeriklerle birlikte fiziksel dünyaya dâhil olabilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu mekânlarda aktif olmayı sağlayan ise internet ağının varlığıdır*” (Şencal, 2022, s. 48). İlk kez Neal Stephenson tarafından “Snow Crash” (1992) adlı kitabında kullanılan metaverse kavramı en genel ifadeyle insanların bilgisayar tarafından oluşturulan bir dünyayı keşfedebilecekleri ve bu dünyayla etkileşime girebilecekleri bir sanal gerçeklik alanını ifade etmektedir. Detaylandırmak gerekirse bir hibrit mekân olan metaverse “*bireysel bir mevcudiyet duygusu ve kimlik, tarih, yetkiler, nesnelere, iletişim ve ödemeler gibi verilerin sürekliliği ile etkili bir şekilde sınırsız sayıda kullanıcı tarafından eşzamanlı ve ısrarlı bir şekilde deneyimlenebilen, gerçek zamanlı olarak işlenmiş 3 boyutlu sanal dünyaların büyük ölçüde ölçeklenmiş ve birlikte çalışabilir bir ağı*” olarak tanımlanmaktadır (Ball, 2022). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere Ball’a göre, metaverse yalnızca tek bir sanal dünya değil, birbirine ve fiziki dünyalara bağlı sanal dünyalar, alanlar ve deneyimler ağıdır. Ayrıca Ball metaverse’ün, mobil ve web platformlarının mevcut hâkimiyetini geride bırakıp bir sonraki büyük bilgi işlem platformu olarak yeni sosyal etkileşim biçimleri, ekonomik fırsatlar ve yaratıcı ifade sağladığı bir geleceğe işaret etmektedir. Dolayısıyla bu yeni dönemde dijital kimlik kavramı da daha karmaşık hale gelmektedir. Kullanıcıların sanal mekânlarda gezinip avatarlarıyla etkileşime girmeleri, kişinin kimliğinin gerçekliği, özgünlüğü ve temsili hakkında yeni sorular ortaya çıkarmıştır. Söz gelimi, bu dijital kimlikler, çevrimdışı kişiliklerimizin uzantıları mıdır yoksa tamamen yeni kimliklerin yaratılmasına izin veren bir yapı mı vardır? Bazı kuramcılar, bu dijital kimliklerin çevrimdışı benliklerimizin yalnızca uzantıları olduğunu iddia ederken diğerleri bunların tamamen yeni kişiliklerin yaratılmasına izin verdiğini ileri sürmektedir.

Genel olarak “artırılmış gerçeklikçi”ler (Augmentationists), sanal dünyaları gerçek hayatın bir uzantısı olarak kavramakta ve sanallık yönünün buna yalnızca

eklendiği ve sanal dünyalardaki sosyal, ekonomik ve psikolojik süreçlerin gerçek hayattaki gibi işlediğini savunmaktadırlar. Dolayısıyla bu görüşte olanlar, “*insanların sanal ortamda eşdeğer bir gerçek dünya durumunda olduğu gibi davranmasını beklerler*” (Aas, 2012, s. 89). Öte yandan diğer bir grup araştırmacı ise, sanal gerçekliklerin, potansiyel olarak kendi özel süreçlerini izleyen gerçek maddi dünyadan bir dereceye kadar farklı olan özgün sosyal, ekonomik ve psikolojik yönleriyle tamamen yeni bir dünya gibi işlev gördüğüne fikrinde birleşmektedir (Aas, 2012, s. 88). Sonuç olarak tartışmalar bizi, iki boyutlu enformasyonel bir dijital dünyadan üç boyutlu 360 derece sürükleyici, etkileşimli ve katılımcı bir ekosistem vaadine, fiziksel dünyanın metaverse'e gömüleceği ve bunun tersinin gerçekleşeceği bir yere taşımaktadır (Giannini & Bowen, 2022). Bu yönüyle de metaverse, tam anlamıyla bir hibrit mekândır ve kimlikle bağı da kendisinden önceki sanal mekân-gerçek mekân karşıtlığından daha karmaşıktır.

Bilim kurgu edebiyatı ve filmleri tarafından popüler hale getirilen metaverse kavramı, 2021 yılında sosyal ağ platformu Facebook'un adının Meta'ya çevrilmesi ve bir metaverse evreni olarak faaliyetine devam edeceğinin duyurulması üzerine daha fazla ilgi görür hale gelmiştir. Bu ilgi, son yıllarda etkisi artan sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve blockchain teknolojilerindeki gelişmelerle de ilintilidir. Özellikle blockchain teknolojisinin ortaya çıkışı, dijital kimliklerin mülkiyeti ve kontrolüne ilişkin tartışmaları da beraberinde getirmiş; sanal ve fiziksel gerçekliklerin birleştiği metaverse'ün yükselişiyle kimlikler arasındaki sınırlar daha da bulanıklaşmıştır. Dolayısıyla bu teknolojilerin toplum üzerindeki etkilerini anlamak son derece önemlidir.

Öte yandan, yapay zekânın sanal mekânlara entegrasyonunun, dijital kimlik kavramına başka bir karmaşıklık katmanı daha eklediği görülmektedir. Yapay zekâ destekli avatarlar, insan davranışını taklit edebilir ve kullanıcılarla gerçeklik ile sanallık arasındaki çizgileri bulanıklaştıracak şekilde etkileşime geçebilir görsel tasarımlardır. Bu da ister istemez fiziksel kısıtlamalarla bağlı olmayan kimlikler yaratmanın ve kontrol etmenin sonuçları hakkında ki etik soru(n)ları gündeme taşımaktadır.

Bugün bireylerin dijital kimliklerinin sanal ortamda ifade edilmesinde birer hipermetin formu olarak okunabilen avatarlar önemli bir rol oynamaktadır. Birçok şirket, insan benzeri avatarlarla bireyin gerçek dünyadaki özelliklerinin sanal temsiline odaklanırken, diğer yenilikçiler, kendini ifade etme, çeşitlilik ve etkileşim olasılıkları üzerine yeni bakış açıları sağlamak için yaratıcı özgürlüğü açan sınırsız avatlara doğru ilerlemektedir (Web3Studios, 2022, s. 2). Ek olarak, kişisel bilgiler ve veriler sanal ortamlarda paylaşılıp saklandığından, dijital kimlikler çağında mahremiyet konusu da çok önemli hale gelmiştir. Toplum, sürekli gelişen teknoloji ve sosyal medya ortamında gezinmeye devam ederken, bu ilerlemelerin kimlik anlayışımız ve başkalarıyla ilişki kurma şeklimiz üzerindeki etkisini kavramak zaruridir. Dijital kimlik alanının ekonomik değerinin önümüzdeki 10 yılda katlanarak artacağı öngörülmektedir. Dijital kimlik alanı hâlâ yüksek düzeyde toplumsal, yasal ve teknik belirsizliğe tabi olsa da, buradan 2030 yılına kadar 600 milyar dolardan fazla gelir elde edilebileceği tahminler dâhilindedir (Web3Studios, 2022, s. 27). Söz konusu bu gelişimin ise büyük oranda yapay zekâ desteğine ve hipermetin formu kazanan görsel içeriklere dayanacağı öngörü olarak dile getirilebilir.

Dijitalleşmenin bu denli ön plana çıktığı dijimodern çağda fotoğraf, kimliklerimizi nasıl inşa ve ifade ettiğimiz noktasında kilit bir ögedir. Yaklaşık olarak 2010-2020 yılları arasında fotoğraf çekme ve paylaşma eylemiyle, anları yakalamak ve kendimizi dünyaya belirli şekillerde sunmak bir trend olarak gündemdeyken; bugün yapay zeka destekli çekilen değil yaratılan fotoğraflarla dünyalar kurmak mümkün hale gelmiştir. İster dikkatlice pozlanmış bir portre, ister yaratılmış bir enstantane veya özenle seçilmiş bir Instagram akışı olsun; fotoğrafçılık, başkalarının bizi nasıl algıladığını ve kendimizi nasıl algıladığımızı şekillendirmemize olanak tanıyan bir edimdir. Duyguları uyandırma ve hikâyeler anlatma gücüne sahiptir. Teknoloji ilerlemeye devam ettikçe, fotoğrafçılık yoluyla kendini ifade etme olasılıkları da çeşitlenmektedir ve bugün fotoğraf, hakikati inşa etmenin en pratik biçimidir. Zira *“fotoğraf kendi içinde yalan söylemez, ama aynı nedenle doğruyu da söylemez; daha ziyade söylediği doğru, kendi başına savunabildiği doğru, sınırlı bir doğrudur.”* (Berger, 2016, s. 89). Hem bu yönüyle hem de artık belge niteliğinin değişmesi ve olanı değil olması arzu edileni göstermesi nedeniyle post-truth kavramıyla örtüşen bir yapı arz etmektedir.

Gelinen noktada insanların görüntüleri gözetim altında tutması gerekirken; görüntüler insanları denetler olmuştur. Gerçekliğin görüntüler yardımıyla açığa çıkarılmasına dair beklentiler de bundan payını almıştır. Bugün artık görüntüler, yaşama karşıt başka bir yaşam vaat eden tasarımlar olarak vardır (Karadağ, 2004, s. 31-32). Böyle bir çerçevede fotoğraf, bireylerin kimliklerini ifade etmeleri için güçlü bir araç haline gelmiştir. Anları, duyguları ve bakış açılarını yakalayan fotoğrafçılık, kim olduğumuzu ve dünyayı nasıl gördüğümüzü başkalarına da göstermemizi sağlamaktadır. Yarattığımız ve paylaştığımız görseller, kişisel anlatılarımızı şekillendirmeye katkıda bulunmakta ve başkalarıyla bağlantı kurmamıza yardımcı olmaktadır. Teknoloji gelişmeye devam ettikçe fotoğraf, bireysel ve kolektif kimliklerimizi şekillendirmede ve korumada hayati bir rol oynamaya devam edecektir. *“Fotoğraf, iletişim kurmanın ve kendimizi ifade etmenin yolu olduğu kadar, kimliğimizi tanılamamanın veya kimlik oluşturmanın da vazgeçilmez materyalidir.”* (Karadağ, 2004b, s. 49).

Sonuç

Fotoğraf resime eşdeğer bir nitelikten zaman içinde teknolojik gelişmelere ve toplumsal dönüşümlere bağlı olarak farklı kullanım şekillerine evrilmiştir. Başlangıçta resim sanatına karşı sağladığı hız ve düşük maliyet gibi avantajlarla nitelikli bir muadil olarak kavranırken daha sonraları bilim ve teknoloji paradigmaları çerçevesinde bu özelliğini terk etmiş, adeta hakikatin aktarıcısı rolüne bürünmüştür. Bir diğer ifadeyle, modernite ile birlikte uzunca bir dönem fotoğrafın yansıttıklarının hakikatle eş değer tutulması postmodernite ile birlikte kesintiye uğramıştır. Postmodernitenin gerçeklikle ve dahi hakikatle kurduğu karmalık ilişki kaçınılmaz olarak fotoğraf bağlamında da kendini göstermiştir. Postmodernitenin en belirleyici özelliklerinden olan zamansal ve mekânsal bağımsızlık durumu fotoğraf teknolojisi ile bireye yepyeni kurgusal anlatılar oluşturma imkânı tanımıştır. Ancak bu kurgusallık modern dönemin fotoğrafı sanatsal üretime eşdeğer sayan kurgusallığından farklı bir niteliğe sahiptir. Artık kurgusallık fotoğrafın estetik değerinin yanı sıra, belki de estetik değerinden ziyade, fotoğrafın hakikatle kurduğu ilişki bağlamında kendini göstermektedir.

Nitekim bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturan *Generative Fill* gibi son teknolojik gelişmeler yapay zekâ ve sanatsal fotoğrafçılıktan farklı olarak sıradan insanlara önceden çekilmiş fotoğraflarını diledikleri şekilde manipüle edebilme imkânı tanımıştır. Üstelik bu uygulamalar kullanıcı dostu olmalarından dolayı profesyonellik gerektirmemektedir. Fotoğrafa ve teknolojiye ilgi duyan herkes bir miktar uğraşla kendi kurgusal metinlerini üretebilmektedir. İşte tam bu noktada kimlik tartışmaları fotoğraf, mekân ve yapay zekâ bağlamında billurlaşmaktadır. Bireyin kendini bir ifade aracı ve ortamına dönüşen sosyal medyada paylaşılan fotoğraflardaki mekânlar kimliğe dair birer anlatı sunma imkânı tanırken bu anlatının hakikatle ilişkisi giderek daha çok sorgulanmaya açık hale gelmektedir.

Dijimodern çağda gündelik hayat içinde ortalama insan tarafından rahatlıkla kullanabilen yapay zekâ destekli fotoğraf uygulamaları, görüntüleri yakalama ve manipüle etme şeklimizi dönüştürerek gerçeklik ve kurgu arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır. Yapay zekâ destekli algoritmalar artık gerçekte hiç var olmamış gerçekçi görüntüler üretebiliyor. Bu gelişmeler, gerçeğin sadık bir temsili olarak geleneksel fotoğraf kavramına meydan okumaktadır.

Dolayısıyla fotoğrafçılıkta yapay zekânın yükselişinin, özgünlük ve doğrulukla ilgili endişeleri de beraberinde getirdiği iddia edilebilmektedir. Görüntüler daha kolay manipüle edilebilir hale geldikçe, neyin gerçek neyin yapay olarak yaratılmış olduğunu ayırt etmek zorlaşmaktadır. Yakın gelecekte muhtemelen insan müdahalesi olmadan kendi başlarına görüntü oluşturabilen ve yakalayabilen otomatik sistemlerin geliştirilmesine şahit olunacaktır. Bununla birlikte, yapay zekâ ilerlemeye devam ettikçe, fotoğrafçılığın geleceği konusunda da haklı endişeler ortaya çıkmaktadır. Yapay zekâ, fotoğrafçılığı bitirecek mi? Fotoğrafçının rolü sadece yapay zekâ tarafından üretilen görüntülerin küratörü olarak yeniden mi tanımlayacak? Bu ve benzeri sorular henüz tam olarak yanıtlanmış olmasa da yapay zekânın fotoğrafçılık geleneklerini ve anlayışlarını daha önce görülmemiş biçimde yeniden şekillendirdiği açıktır. Dolayısıyla bir takım belirsizliklerin hâkim olduğu yapay zekâ destekli fotoğrafçılığın yarattığı ve yaratacağı dönüşümlerin sanat, teknoloji, sosyoloji, psikoloji, felsefe gibi pek çok disiplin tarafından farklı perspektiflerle ele alınması içinden geçmekte olduğumuz dönemin koşullarını anlamak açısından son derece önemlidir. Fotoğraf uygulamaları, sosyal ağlar ve dijital oyunlar gibi her gün pek çok alanda deneyimlediğimiz yapay zeka destekli görüntülerin kimlik, mekan ve gerçeklik üzerindeki izdüşümleri giderek daha fazla tartışılmaya muhtaç hale gelmektedir. Tam da bu ihtiyaca yönelik olarak bu çalışmanın zengin bir tarihe ve literatüre sahip olan “fotoğraf”ın teknoloji ile ilişkisinin son kertede ne denli karmaşık hale geldiğini ortaya koyarak mevcut literatüre katkıda bulunmayı amaçladığını eklemek gerekir.

Sonuç olarak, fotoğraf, teknoloji ve hakikat arasındaki ilişki hayli karmaşık ve çok yönlüdür. Teknolojinin geldiği son nokta olan yapay zekâ bir yandan yeni imkânlar sunarken bir yandan da dünyayı, hakikati ve kimlikleri kavrayışımıza ilişkin yeni zorlukları beraberinde getirmektedir. Teknoloji gelişmeye devam ettikçe, emsalsiz biçimde görselliğin yükselişte olduğu mevcut toplumsal yapıda gerçeğin temsilini şekillendirme açısından yapay zekânın rolünü eleştirel bir incelemeye tabi tutmak azami önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Aas, B. G. (2012). "What's Real? Presence, Personality and Identity in the Real and Online Virtual World." 88-99. İçinde: *Virtual Worlds and Metaverse Platforms: New Communication and Identity Paradigms* (Derleyen: Nelson Zagalo, Leonel Margado ve Ana Boa- Ventura) USA: IGI Global.
- Artut, S. (2014). *Teknoloji-İnsan Birlikteliği*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Auge, M. (2016). *Yok-Yerler*. (Çev: Turhan Ilgaz). İstanbul: Daimon Yayınları.
- Aydın, H. (2022). Modern Ve Postmodern Hakikat Anlayışları Arasındaki İlişkiye Dair Kavramsal Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bajac, Q. (2004). *Karanlık Odanın Sırları: Fotoğrafın İcadı*. (Çev: Ali Berktaş). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ball, M. (2022). *The Metaverse: And How It Will Revolutionize Everything*. E-Kitap: Liveright Publishing Corporation.
- Bazin, A. (2013). "Fotoğraf Görüntüsünün Varlık Bilimi", (Çev: Nijat Özön), içinde: *Fotoğraf Neyi Anlatır*. (Derleyen: Caner Aydemir). İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Barrow, H. (1996). "Connectionism and Neural Networks". 135-154. İçinde: *Artificial Intelligence* (Derleyen: Margaret A. Boden) London: Academic Press.
- Barthes, R. (2016). *Camera Lucida: Fotoğraf Üzerine Düşünceler*. (Çev: Reha Akçakaya). İstanbul: Altıkkırbeş Yayınları.
- Benesch, K. (2021). "Hakikat ile Hakikat Sonrası İlişkisi Modernizm ile Postmodernizm İlişkisi midir? Heidegger, Beşeri Bilimler ve Sağduyunun Ölümü", 49-66. İçinde: *Cogito, Hakikat Sonrası Sayısı*. İstanbul: YKY Yayınları.
- Benjamin, W. (2017). *Fotoğrafın Kısa Tarihi*. (Çev: Osman Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Berger, J. (2016). *Bir Fotoğrafi Anlamak*. (Çev: Beril Eyüpoğlu). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bhattacharjee, G. (2023). Art and Photography in the Age of Artificial Intelligence. 12th International Photographic Conference of PAD, Kolkata. https://www.academia.edu/97272074/Art_and_Photography_in_the_Age_of_Artificial_Intelligence.
- Ceylani, M. U. ve Yavuz, U. G. (2023). Dijimodernizm Kapsamında Fotoğraf ve Değişen Yüzey-Metin. *Turkish Studies*, 18(1), 47-61. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.66180>.
- Ergaz, E. (2005). *Postmodern Teorinin Günümüz Estetik Söylem Ve Pratiği Üzerine Getirdiği Açılımlar*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=GLLmRA8G_ZZW1L5X_R4qAQ&no=0S-z1QLSdNB8yfB-kd5uWA.

- Giannini, T. ve Bowen, J. P. (2022). Digital Experience in Art and Identity: The Metaverse Calls. *EVA London 2014: Electronic Visualisation and the Arts*. <https://osf.io/preprints/socarxiv/6y4vd/>.
- Goffman, E. (1990). *The Presentation of Self in Everday Life*. New York: Doubleday.
- Gülaçtı, İ. E. ve Kahraman, M. E. (2021). The Impact of Artificial Intelligence on Photography and Painting in the Post-Truth Era and the Issues of Creativity and Authorship. *Medeniyet Sanat - IMU Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 243-270. <https://doi.org/10.46641/medeniyetsanat.994950>.
- Hacking, J. (2015). *Fotoğrafın Tüm Öyküsü*. (Çev: Abbas Bozkurt). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Hockney, D. ve Gayford, M. (2017). *Resmin Tarihi*. (Çev: Mine Haydaroğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karaçelik, Y. (2019). *Görsel Kültür ve Fotoğrafın İzinde: Instagram*. İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Karadağ, Ç. (2004). *Görme Kültürü: Görüntüler Evreni*. Ankara: Doruk Yayıncılık.
- Karadağ, Ç. (2004b). *Görme Kültürü: Görüntü Büyücüsü*. Ankara: Doruk Yayıncılık.
- Karmaz, E. (2021). Mekânın Gündelik Yaşam İçinde Kurgulanışı: Özne-Mekân Etkileşim Süreci, 67-90. İçinde: *Mekânı Düşünmek* (Ed: Hakan Sağlam ve Deniz Yıldırım). Ankara: Nika Yayınevi.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*. (Çev: Deniz Özçetin). İzmir: Deli Dolu Yayınları.
- Kirby, A. (2009). *Digimodernism: How New Technologies Dismantle The Postmodern and Reconfigure Our Culture*. London: Continuum Press.
- Mcintyre, L. (2022). *Hakikat-Sonrası*. (Çev: Mehmet Biçici). İstanbul: Tellekt Yayınları.
- Osterman, M. (2012). "The Technical Evolution of Photography in the 19th Century", 5-17, İçinde: *The Concise Focal Encyclopedia of Photography* (Derleyen: Michael Peres ve Mark Osterman). London: Focal Press.
- Sontag, S. (1999). *Fotoğraf Üzerine*. (Çev: Reha Akçakaya). İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Soulağes, F. (2022). *Fotoğrafın Estetiği: Kaybolan ve Geriye Kalan*. (Çev: Deniz Şansal). İstanbul: Espas Yayınları.
- Stavrides, S. (2016). *Kentsel Heterotopya: Özgürleşme Mekânı Olarak Eşikler Kentine Doğru*. (Çev: Ali Karatay). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Şencal, E. (2022). Ağ Toplumunda Dijitalleşen Deneyim Ve Hibrit Mekân, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara: Gazi Üniversitesi.

Tatar, O. (2019). *Dijital Çağda Fotoğraf Sanatı: Hipermetin ve Değişen Estetik Anlayışı*. İstanbul: A7 Kitap.

Toprak, A. (2021). *Dijital Medya ve Mekânın Dönüşümü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Yayınoğlu, P. ve Susar, F. (2008). *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Web3Studios (2022). *Digital Identities: How Will We Be in the Metaverse?*. Market Report: The Sand Box. [https://uploads-ssl.webflow.com/62f4e01684d011324ec127a4/644fe06a76ad649f9ca07369_Digital-Identities-Market-Report-2022%20\(1\).pdf](https://uploads-ssl.webflow.com/62f4e01684d011324ec127a4/644fe06a76ad649f9ca07369_Digital-Identities-Market-Report-2022%20(1).pdf).

Görsel Kaynaklar:

Görsel 1: “Yapay Zekâ ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç”. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/reel/CtHXy16rY9i/>, Erişim Tarihi: 08.07.2023.

Görsel 2: “Yapay Zekâ ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç”. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/reel/CtHXy16rY9i/>, Erişim Tarihi: 08.07.2023.

Görsel 3: “Yapay Zekâ ile Fotoğraf Değiştirme, Ece Dinç”. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/reel/CtHXy16rY9i/>, Erişim Tarihi: 08.07.2023.