

YAŞANAN GERÇEKLİĞİN FOTOĞRAFLAR ARACILIĞIYLA KODLANMASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

A STUDY ON THE CODING OF LIVED REALITY THROUGH PHOTOGRAPHS

Berrin BAYRAKTAROĞLU¹

Eren GÖRGÜLÜ²

Ali Muhammet BAYRAKTAROĞLU³

Makale Geliş Tarihi/Date of Submission : 03.10.2024

Makale Kabul Tarihi/Date of Acceptance : 05.10.2024

Araştırma Makalesi/Research Article

Doi: 10.17339/ejovoc.1560833

Öz

Akıllı iletişim teknolojilerinin yaşantımıza girmesi, bu alanda görülen inanılmaz gelişmeler doğrultusunda teknolojinin getirdiği ‘yaşamsal’ kolaylıklar sonrasında hayatımızın görsellik temeli üzerine kurulduğunu söylememiz mümkündür. Nitekim fotoğrafın icadı ile başlayan, görsel temelli teknolojik süreç önce hareketli görüntüler ile sinemayı yaşantımıza dâhil etmiş; ardından sesin de hareketli görüntülere eşlik etmesiyle sinema ve televizyonun kurgulanabilir yaşamsal gerçekliğin sesli/görüntülü bir anlatısal ifadesi haline dönüşmüştür. Günümüzde ise internet üzerinden hızlı ve sınır tanımayan bir üretim-tüketim ilişkisi söz konusudur. Bu süreçte durağan ve devingen görüntüler olarak fotoğraf ve video görüntüleri üretim – tüketim ilişkisi bağlamında toplumsal boyutta görsel bellek inşasında ve ikna sürecinde etkin bir biçimde kurgulanarak gerek gücü elinde tutanlar ve/veya yönlendirenler gerekse güce muhalif olanlar tarafından kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı güncel yaşama ilişkin gerçekliğin fotoğraflar aracılığıyla nasıl kodlanarak topluma sunulduğunu ifade etmektir.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Gerçeklik, Haber Fotoğrafı, Medya Etiği, Manipülasyon

Abstract

The introduction of smart communication technologies into our lives, along with the incredible developments in this field, has made it possible to assert that our lives are now built on a foundation of visibility due to the 'vital' conveniences brought by technology. As a matter of fact, the visual-based technological process that started with the invention of photography first included cinema with moving images; then, with the accompaniment of sound to moving images, cinema and television turned into an audio/visual narrative expression of fictionalizable vital reality. Today, the internet enables a rapid and boundless production-consumption relationship. In this context, photographs and video images, as static and dynamic visuals, are effectively used in the construction of visual memory and persuasion process in the social dimension in the context of the production - consumption relationship and are used both by those who hold and/or direct the power and those who oppose the power. The aim of this study is to express how the reality of contemporary life is coded and presented to society through photographs.

Keywords: Photography, Reality, News Photography, Media Ethics, Manipulation

Atıf (Citation): Bayraktaroğlu, B., Görgülü, E. ve Bayraktaroğlu, A. M. (2024). Yaşanan gerçekliğin fotoğraflar aracılığıyla kodlanması üzerine bir inceleme. *Electronic Journal of Vocational Colleges (EJOVOC)*, 14(2), 13-21. <https://doi.org/10.17339/ejovoc.1560833>

¹ Öğr. Gör., Trakya Üniversitesi, berrinbayraktaroglu@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7834-6605

² Doç., Kırklareli Üniversitesi, erengorgulu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6475-7948

³ Prof. Dr., Trakya Üniversitesi, alibayraktaroglu@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0480-4044

EXTENDED ABSTRACT

Photography has long been a medium that allows individuals to immortalize significant moments in their lives. Despite its evolution from analog to digital, society's attachment to images has only grown stronger with technological advances. As Dominic McIver Lopes suggests, we are inclined to view photographs as objective records of the world, a tendency that carries significant implications for how images are interpreted and used. From soldiers during the American Civil War carrying images of loved ones to the vast archives of digital photos on modern smartphones, visual content has become a central part of human interaction and memory. This shift towards image-centric communication has led to the rise of cloud storage services, emphasizing the value placed on visual data. Despite the technological transformation, the essence of photography as a tool for recording moments remains intact, albeit with a broader scope of what is considered worthy of capturing. In contemporary society, mobile devices equipped with cameras have simplified the process of recording and sharing visual content, contributing to the democratization of photography. Whether capturing joyful moments, documenting legal evidence (from traffic accident prove images for insurance companies to surveillance camera images), or reporting news, photography now plays a crucial role in daily life. The prevalence of user-generated content on social media, supported by initiatives like "volunteer reporters" and news tip lines, exemplifies the growing interaction between the public and visual media. Indeed, the relationship between mass communication tools and smart devices has integrated visual production and consumption, making it clear that images are more powerful than ever before.

Photography does more than just capture reality; it shapes how reality is perceived and understood. As David Bate notes, photographs serve as a tool for understanding where reality diverges from what is presented. However, the truth and objectivity of photographs are often called into question, particularly in the realm of photojournalism and visual media. The manipulation of photographs for propaganda, as described by Goldberg, underscores the ease with which images can be used to influence public perception. The power dynamics in the creation and control of visual content suggest that those who produce and disseminate images—often media corporations—have vested interests that challenge the notion of photographic objectivity. The capitalist structure of media ownership has further complicated the trustworthiness of images. As media entities control the narrative, the photographs presented to the public may reflect only a selective version of reality. This raises critical questions about the authenticity of visual history and the extent to which the images we see can be trusted to represent the truth. When photographs are viewed through the lens of media and political interests, their role as objective records becomes blurred, making it imperative to question the authenticity of the images we consume.

In today's visually driven world, the manipulation of photographs poses significant ethical concerns. Whether through digital editing or selective framing, photographs can be altered in ways that distort reality. The digital era has made it easier than ever to modify images, with software such as Adobe Photoshop enabling swift and sophisticated manipulations. This capability, combined with the proliferation of digital photography, has introduced new challenges in ensuring the authenticity of images. The advent of artificial intelligence (AI) in image production represents a further evolution in this trend. AI-driven tools like DALL-E, MidJourney, and Stable Diffusion have expanded the boundaries of what is possible in photography, allowing users to generate entirely synthetic images based on text prompts. While this opens up creative possibilities, it also raises concerns about the potential for misuse. The case of the AI-generated images depicting former U.S. President Donald Trump being arrested highlights the ethical dilemmas posed by such technology. These synthetic images, though fictional, were so realistic that they had the potential to mislead the public, demonstrating the fine line between creative expression and misinformation. Manipulation in photography extends beyond AI-generated images to include the editing of real-world events. For instance, the infamous case of photojournalist Brian Walski, who combined two separate images from Iraq to create a more compelling narrative, underscores the ethical risks of manipulating photojournalism. Such practices not only undermine the credibility of journalism but also erode public trust in visual media as a reliable source of information.

Given the increasing prevalence of manipulated and AI-generated images, media literacy has become a vital skill in the digital age. Understanding how images are produced, consumed, and interpreted is crucial for navigating a media landscape where visual content plays a dominant role. Media literacy empowers individuals to critically assess the images they encounter and to recognize the potential for bias, manipulation, and misinformation. Visual literacy is particularly important in combating the influence of what Jean Baudrillard refers to as the "simulacra"—images that no longer represent reality but create their own version of it. The distinction between reality and representation has become increasingly blurred in the digital era, making it essential for individuals to develop the ability to decode and interpret visual messages accurately.

GİRİŞ

En basit anlamda ele aldığımızda yaşamımıza ilişkin hatırlanmaya değer ve güzel anlarımızı unutulmaz kılmak için sıklıkla kullandığımız bir kayıt ve/veya değer göstergesi olan fotoğraflar, teknolojinin gelişim sürecinde analogdan sayısala, biçimsel olarak değişim gösterse de toplumun fotoğraf özelinde imgelere olan bağ(ım)lılığı her geçen gün artarak devam etmektedir. Dominic McIver Lopes'e (2018: 258) göre "Fotoğrafları dünyanın nesnel kayıtları olarak görmeye eğilimliyizdir. Bu eğilimin yorum ve değerlendirme üzerine uzaklara varan etkisi bulunmaktadır". Amerikan İç Savaşı sırasında metal levhalar üzerinde savaşan askerlerin ceplerinde sevdiklerin hatırası olarak taşınan görseller; durağan ve/veya devingen görüntüler şeklinde günümüzde cep telefonlarımızın hafıza dosyalarında vazgeçilmez büyüklükte dosya boyutu olarak yer tutmaktadır. Dahası ekran görüntülerinin çoğu da sevdiklerin görüntülerinden oluşmaktadır. Görsellerin akıllı iletişim cihazları üzerinden toplumu etkisi altına alması şirketlerin "bulut" vb. uygulamalar aracılığıyla bireylere ekstra hafıza deposu satması sonucunda önemli bir gelir kapısı da oluşmuş olmakla beraber görüntüler vazgeçilebilir olmaktan çıkmıştır. Dolayısıyla teknoloji değişse de görüntü popülerliğini kaybetmemiş, görüntünün aktarıldığı platformların yelpazesi değişim göstermiştir. Artık ilgimizi çeken herhangi bir "şey" cep telefonumuza eklenen kamera sayesinde 'görece' fotoğraf makinası ya da video kameraya ihtiyaç duymaksızın anında görüntülenerek kalıcı bir şekilde kaydedilebilmektedir. Sokak defileleri, sevimli hayvancıklar, sevdiklerimizin neşeli ve güzel halleri, yenilen yemekler, komik ya da trajikomik durumlar, kötü durumlar, hatta başımıza gelen olumsuz herhangi bir durum karşısında kanuni haklarımızın korunması amacı gibi pek çok durumda akıllı iletişim araçları olarak yanımızda bulundurduğumuz cihazlar aracılığıyla kayıt altına alınmaktadır. Ana haber bültenlerinde pek çok şirket 'gönüllü muhabirimiz olun', 'Whatsapp ihbar hattı' sloganlarıyla cep telefonları aracılığıyla görüntülemeye olan ihtiyacın önemine vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişiminin cep telefonlarıyla oluşturulan görüntü üretim-tüketim ilişkisini içselleştirdiğini ifade etmemiz mümkündür. Nitekim günümüzde teknoloji, foto muhabirliğinin altın yılları olan 1920-1950'li yıllardan daha güçlü bir şekilde görüntüler yardımıyla tarihin yazıldığını ortaya koymaktadır. Lacayo ve Russel (1990: 7-67), Haber Fotoğrafçılığının 150 yıllık süreci anlattığı 'Görgü Tanıklığı' adlı kitabında 1839-1880 yılları arasını başlangıç; 1920-1950 yılları arasını da magazin günleri olarak tanımlayarak altın yıllar benzetmesini yapmaktadır. Öte yandan Rosenblum (1984: 561-563), 1950 ve sonrası yıllar için müdahale ve manipülasyon süreci olarak tanımlamakta; görüntüler üzerinden teknolojinin hiç de görüldüğü kadar masum olmadığını çizmektedir.

GERÇEKLİĞİN FOTOĞRAFLAR ARACILIĞIYLA KODLANMASI

Yaşadığımız çağda görsel iletişim araçları, gerçekliğin şekillendirilmesinde oldukça etkili bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla fotoğraflar bireysel, toplumsal veya sanatsal düzeyde bilgi aktarımı adına kullanılan bir medyum ve oldukça güçlü bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. David Bate'e (2009: 67) göre fotoğraflar "Gerçekliğin gerçeklikten farklı olduğu yerde anlama aracı olarak karşımıza çıkmaktadır". Ancak fotoğrafların gerçekliği ve tarafsızlığı ister haber fotoğrafçılığı olsun isterse görsel medya kanalları olsun izleyicilere sunulan gerçekliğin nasıl veya ne şekilde inşa edildiği ne tür manipülasyonlara maruz bırakıldığı üzerine düşünmeyi gerektirmektedir. Benzer bir biçimde Goldberg de (1991: 236) fotoğrafın, özellikle de haber fotoğraflarının algıyı propaganda açısından oldukça kolay bir şekilde yönlendirebildiğini ifade etmektedir. Öyle ki teknolojiyi yaratanların ve kullananların üretim-tüketim ilişkilerindeki hassasiyet göz önüne alındığında, başta bu teknolojileri yaratanların ve onları kontrol edenlerin çok da masum olmalarını beklemek oldukça hayalperest bir durum teşkil etmektedir. Özellikle kapitalist üretim ilişkilerinin gelişmesiyle artan kazanç hırsının üretim çeşitlilikleri halkasına medya sahipliğini getirmiş dolayısıyla bireysel çıkarların meşrulaştırıldığı platform kurulmuştur. Bu platformda kullanılan ve inandırıcılığın kanıtı olarak kullanılmaya başlanan görüntüler, görüntüyü çeken kişilerin patronlarına olan bağımlılığı boyutunda, 'gerçeklerin' patronun ve/veya patronun bağlı olduğu erkin izin verdiği kadarıyla 'gerçek' olabildiği süreçte, görsel tarihin de ne kadar tarafsız ve objektif olarak sunulduğu oldukça tartışmalı ve bir o kadar da sorgulanması gereken durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişileri, yerleri, durumları ve olayları belgelemek amacıyla üretilen fotoğrafların gazetecilik pratiği içerisinde toplumun geniş kesimlerine bilgi aktarmada ve toplumun bilinçlendirmede büyük bir önem taşıması onları hangi gerçeklik unsurlarına göre kodlandığının veya hangi kurgusal süreçten geçtiğinin sorgulanabilir bir göstergesi haline getirmektedir. Toplumsal ve politik anlamlar üretme açısından kritik bir çerçeve sunan 'gerçeklik' kavramı fotoğraflar özelinde imgeler genelinde verilmek istenen mesajı beklentilere göre değiştirebilmektedir. Nitekim Ferraris (2019: 103) post-modernitenin iki temel denklemi olan bilgi ve iktidar birleşiminden bahsetmekte ve "gerçeklik iktidarın bir inşasıdır" demektedir. Fotoğraflar aracılığıyla çeşitli şekillerde kodlanan veya değiştirilmeye çalışılan toplumsal boyuttaki gerçeklikler, fotoğrafın üretilme anından yayınlanma anına kadar izleyicilerin gerçeklik algılarını büyük ölçüde etkilemektedir. Rudolf Arnheim (2018: 259) 'Görsel Düşünme' adlı kitabında düşünmenin görme eylemi ile birlikte başladığını, düşünmenin yapısal olarak görme eylemine bağlı olduğunu ve insanın sanatsal veya bilimsel

faaliyetlerinde yürüttüğü gerçek düşünmenin görsel algı üzerinden şekillendiğini belirtmektedir. Arnheim, görsel ortamın muazzam bir üstünlüğe sahip olduğunu bu ortamın nesnelere ve olaylara karşı yapısal bir eşdeğer sunduğunu belirtmektedir. Gerek fotoğrafçıların gerekse medya kuruluşlarının fotoğraflar üzerinde gerçekleştirdikleri bilinçli bir seçim, düzenleme ve manipülasyon, olayların veya anların gerçekliğini saptırmaktadır. Bütün bunların yanında, fotoğraflar üzerinde gerçekleştirilen renk düzenlemeleri, dijital müdahaleler, çerçeveleme, metin ve altyazı ile sunumu fotoğrafın bağlamını ve izleyicinin yorumunu oldukça etkilemektedir. Toplumsal gerçekliğin ‘istenilen’ bir perspektiften fotoğrafı kullanarak izleyiciye sunulması Alman-Fransız fotoğraf sanatçısı ve yazar Gisele Freund’un (2007: 149) belirttiği üzere; “Olayları çarpıtma olanağı sağladığının anlaşılmasıyla birlikte ahlaki bir meseleye dönüşmüştür”. Haberlerin, bilgilerin veya diğer iletişim biçimlerinin otorite sahipleri tarafından kontrol edilmesi ve denetlenmesi anlamında sansürlenmiş veya gizlenen fotoğraflar kamuoyunun algısını manipüle edebilmektedir. Barrett (2017: 215) “*Etkili azınlık, çoğunluğa kültür ve sanatta neyin seyredilip seyredilmeyeceğini ne sıklıkla dayatmıştır?*” (Jacobson, 2002’den aktaran Barrett) sorusuyla bu tartışmalı durumu destekleyen bir soru olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda yaşantımızın her anında, her yerde adeta zamandan ve mekândan bağımsız sınırsız olarak yaşama ilişkin bilgilerin topluma sunulduğu medya ortamında, medya patronlarının yanlarında çalışan profesyonellerin adeta birer zihin yönlendiricisi gibi çalıştığı ve topluma istenilen mesajları istenilen haliyle ve süresince verdiklerinin söylenmesi mümkündür. Nitekim Çeliker’in (2009: 3) de belirttiği gibi toplumun görüntülere olan bağımlılığının saplantı haline geldiği, “görüntükeş” bireylerce “görüntüperestliğin” ilahlaştırıldığı günümüzde yaşantımızı yönlendiren “bilinç endüstrilerince” yoğun biçimde kullanılmaktadır. Sartori (2006: 11) yaşamımızın ve görüşümüzün görme edimine indirildiğini dolayısıyla homo-sapiensin (bilge insan) kavramından, yaşamda görüntülere olan bağımlılığın artması sonrasında homo-vidense (gören insan) dönüşümünün gerçekleştiğini ifade etmekte ve bu süreci multimedya devrimi olarak tanımlamaktadır. Günümüzde ise internet çağı ile birlikte homo-vidensin homo-somnia (izleyen-düş gören insan) geçişini düşündüğümüzde görüntülere karşı ne kadar bağımlı olduğumuz ortaya çıkmaktadır.

Görüntülere olan bu bağımlılığın bilincinde olan “bilinç endüstrileri” ve/veya “topluma yön verenler”, kendi istekleri doğrultusunda yaşam alışkanlıklarını, üretim-tüketim biçimlerini, toplumsal yapıyı-kültürü, güzel-çirkin, faydalı-zararlı, riskli-risksiz ve iyi-kötü gibi tanımlamalarını kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullanmak suretiyle topluma dayatmaktadır (Bayraktaroğlu & Bayraktaroğlu, 2009: 3). Dolayısıyla, kitle iletişim araçları insanlara hangi konularda fikir sahibi olmaları gerektiğini söyleyebilmekte; aynı zamanda da değer yargıları için ölçütler ve standartlar koyarak “fikirlerinin” gelişimine ve bu doğrultuda da kamuoyunun oluşturulmasına doğrudan etkide bulunabilmektedirler (Iyengar, 1988). Bir başka deyişle bilinç endüstrileri kimi zaman topluma bir takım alışkanlıkları yerleştirmek, tüketim biçimlerini-sosyal alışkanlıklarını değiştirmek, hayata bakışlarını yönlendirmek için; belirli fikirleri-düşünceleri topluma yerleştirmek ya da toplum için önemli kahramanları ve/veya liderleri ortaya çıkarmak için de görüntüleri kullanabilmektedir. Bir başka deyişle toplumun ne-kim hakkında, ne zaman, nasıl düşünmesi gerektiği bilinç endüstrileri tarafından toplumun görsel hafızasına yerleştirilen görsel kodlar aracılığıyla sağlanabilmektedir. Fransız düşünür ve sosyolog Jean Baudrillard’a (2019: 85) göre “Giderek çoğalan göstergeler ve imgeler, iktidarla kurulan simgesel ilişki konusunda önemli değişikliklere yol açmaktadır”. Dolayısıyla teknolojiye son derece bağımlı yaşayan toplumlar için üretilen “tasarlanmış anlamları” doğru bir şekilde okuma ve anlama gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle yaşamın anlamının görsellerle desteklenerek üretilip tüketildiği günümüzde, topluma “görece” farklı kanallar aracılığıyla sunulan gerçekliğin, doğruluğu ve tarafsızlığının dikkatli bir şekilde sorgulanması elzemdir.

Yapay zekâ ve fotoğraf ilişkisi açısından baktığımızda, insanın zihninde/hayalinde canlandırdığı sahneyi anahtar kelimelerle veya *promt*lar aracılığıyla üretmesi, yani herhangi bir kamera kullanmadan gerçekliğin farklı bir şekilde inşa edilmesine olanak tanımaktadır. Tagg’ın (2013: 147-148) da belirttiği üzere “Fotoğrafın yarattığı gerçeklikte, fotoğrafın ideolojik alanında yaşayabiliriz. Fotoğraf bizi içine çektiğçe, biz onun yönergesine; onun gerçekliğinin yörüngesel alanına düşeriz”. Topluma sunulan gerçekliğin tarafsızlığı ve doğruluğu konusunda oldukça hassas ve dikkatli bir sorgulama yapılmak durumundadır. İmgelerle desteklenerek üretilen ve ardından hızlıca tüketilen gerçeklik idealize edilen bir gerçeklik yansıtmakta ve fotoğrafın doğruluğunu ve tarafsızlığını askıya almaktadır. Baudrillard (2002: 27) gerçekliğin yitirilişi ve fotoğraf arasındaki ilişkilere değindiği ‘Neden Her Şey Halen Yok Olup Gitmedi?’ adlı kitabında “Sayısal, dijital teknoloji biçime; bilgisayar programı bakışa egemen olduğunda hala bir fotoğraftan söz etmek mümkün müdür?” diye sormakta ve fotoğrafın biçim oyunları ile fotoğraf olma özelliğinin yitip gittiğinden bahsetmektedir. Öte yandan Bajac (2011: 115) ise fotoğrafik gerçekliğin altının oyulduğunu söylemektedir; “Doğrulama gereksinimi prensibinden ayrılan ve otoritesini kaybeden fotoğrafçılık, günümüzde gerçeklikle olan ilişkisini yeniden gözden geçirmek durumunda kalmıştır”.

FOTOĞRAFTA MANİPÜLASYON VE FOTOĞRAFİN ETKİLERİ

Görsellerin gerçeklik bağlamında etik ve doğruluk açısından sıkça tartışıldığı günümüzde insanoğlunun görsel içerikleri anlama, yorumlama, değerlendirme ve oluşturma becerileri görüntü okuryazarlığı ile fotoğraf arasındaki sıkı ilişkiyi ifade etmektedir. Görüntü okuryazarlığı ya da medya okuryazarlığı fotoğrafların üretim ve tüketim biçimlerinde eleştirel bir yaklaşımı teşvik ederek bilinçli bireyler olabilmek adına yaşamsal bir eğitimin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Nitekim örgütlü olarak bilinç üretiminde zihin yönlendiricisi olarak çalışan profesyoneller kimi zaman hizmet etikleri patronlarına ya da patronlarının hizmet etikleri iktidarların lehine ve/veya aleyhine stratejiler üretmek için gündem belirlemek ve/veya değiştirmek amacıyla bir takım stratejileri görseller aracılığıyla topluma sundukları gibi; kimi zaman da yaşam ve/veya tüketim alışkanlıklarını belirlemek/değiştirmek ve bireyleri tek tipleştirmek amacıyla da görsellerden yararlanabilmektedirler. Burnett (2018: 3), imgelerin onları izleyenler üzerinde yarattığı karmaşık ilişkilere değinmektedir; “Olaylar artık izleyici ile imge arasındaki basit ilişkiler üzerinden izlenmiyor; daha ziyade, izleyiciler, kelimenin tam anlamıyla hayatlarının her alanına sızan imgeleri anlamlandırmaya çabalarken giderek karmaşıklaşan söylemlerle iştigal ediyorlar”. Teknolojik gelişmelerin manipülasyon süreçlerini kolaylaştırdığı böylesi bir algı yönetiminin fotoğraflar aracılığıyla desteklenmesi güvenilirlik, etik, dezenformasyon ve propaganda gibi konuları gündeme getirmektedir. Clarke’a (2017: 23) göre fotoğrafın sonu getirilemez bir özelliği bulunmaktadır; “Fotoğraf, doymak bilmez bir iştaha sahip olduğu için, bir medyum olarak dünyayı dilediğince yeniden üretmekte sonsuz bir kapasiteye sahiptir”. Dolayısıyla objektif gerçekliğin bir temsilcisi olarak kabul edilen fotoğrafların bilinç endüstrileri tarafından sürekli ve farklı şekillerde yeniden ürettiği anlamlar fotoğrafların (mutlak bir gerçekliği tam ve eksiksiz bir şekilde yansıtmaya kapasitesinin) manipülasyona ve yorumlamaya açık bir araç olarak kullanılmasının önünü açmaktadır.

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren gazeteciliğin önemli ölçüde savaş zamanlarına ait yaşananları anlatmak adına ve kamuoyunu şekillendirmek için kullandığı fotoğrafik güç aynı zamanda manipülasyon vakalarının da artmasına sebep olacak potansiyele sahip bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital devrim ile birlikte kitleler için oldukça hızlı bir şekilde daha erişilebilir bir hale gelen fotoğraf aynı zamanda görüntüleri manipüle etme, değiştirme ve dönüştürme aşamalarını dijital bir mucizeye dönüştürmüştür. Nitekim Adobe Photoshop, Canva gibi yazılımların ortaya çıkışıyla görüntü üzerinde yapılan manipülasyonlar şaşırtıcı bir şekilde daha hızlı ve daha kolay yapılabilir hale gelmiştir. Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren ise fotoğrafik manipülasyon vizyonu çarpıcı bir şekilde yeni üretken yapay zekâ dalgasıyla şekillenmeye başlamıştır. Bir metin istemini alıp bu verilerle eşleşebilecek görüntüler oluşturan yapay zekâ uygulamaları (DALL-E2, Midjourney, Stable Diffusion, AI Art, Adobe Firefly vd.) gibi popüler yaratıcılar kamerasız fotoğrafçılık olarak da tanımlayabileceğimiz sonu getirilemez bir yaratıcı olasılık alanının kapısını sonuna kadar açmıştır. Öte yandan herhangi bir gerçekliğe dayanmayan yapay zekâ üretimi görseller etik sonuçlar, yanlış bilgiler ve sanatsal değerler konusunda endişeli bir durumun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Kevin Robins (2020) ‘İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası’ adlı kitabında teknoloji çağında imajlarla olan ilişkilerimizi farklı bir gözle değerlendirmemiz ve sorgulamamız gerektiğinden bahsederken fotoğraf hakkında şöyle söyler; “Fotoğrafta gerçek dünyadan anladıklarımızı rahatsız eden bir şeyler var”. Dolayısıyla medya iletişim araçları içerisinde sıklıkla başvurulan fotoğraflar bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirme kapasitesine sahip olduğu için bu rahatsız olma durumu gerçekliğin çarpıtılması ve kamuoyunun yanıltılmasında kilit rol oynamaktadır. Belirli bir ideolojik amaca hizmet etmek veya algı yönetimi gerçekleştirmek için üretilen fotoğraflar tüketici davranışlarını yönlendirmekte ve etkilemektedir. Bilinç endüstrisi tarafından kullanılagelen fotoğraf manipülasyonu görüntü/medya okuryazarlığının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Küresel medyada öne çıkan ve gündemi meşgul eden manipülasyon vakaları siyasi, politik, askeri, spor, magazin, reklam vd. alanlarda görülebilmektedir.



Görsel 1. Brian Walski tarafından oluşturulan fotoğrafik manipülasyon örneği.

Manipülatif bir şekilde bilinç içeriği üreten fotoğrafların oluşturulmasında farklı yöntemlerden söz etmek mümkündür. Görüntülerin doğrudan, kurgulanarak, iki farklı görüntüyü birleştirilerek, kadrage değiştirilerek ve alt yazı ekleyerek manipüle edilmesi haber fotoğraflarının gerçekliğinin sorgulanmasına sebep olabilecek yöntemlerdir. Belirli bir olayı anlatan iki veya birden çok fotoğrafın birleşerek oluşturduğu görsel hikâye ekleme örneğine fotoğrafçı Brian Walski'nin Irak'ta çektiği görüntüler örnek verilebilir. “Fotoğrafta, Basra’da Iraklı sivillere bir İngiliz askeri tarafından siper almaları söylendiği görülmektedir. Los Angeles Times gazetesi bu fotoğrafı ön sayfasında yayınladı. Fotoğrafçı Brian Walski, manipülatif eylemi editörler tarafından fark edildiğinde işten çıkarıldı” (Sharma ve Sharma, 2017: 95). Dolayısıyla ideolojik bir manipülasyon olarak görebileceğimiz bu örnekte fotoğrafın iki yönlü anlamı dikkatimizi çekmektedir. Birbirine çok yakın iki zaman aralığı içerisinde üretilen farklı bakış açıları tek bir görsele indirgenmekte ve gerçeklik duygusundan yoksun bir görüntü sunmaktadır.



Görsel 2. Tracy Woodward’ın fotoğraf yarışmasından diskalifiye olmasına sebep olan müdahalesine ait görüntü.

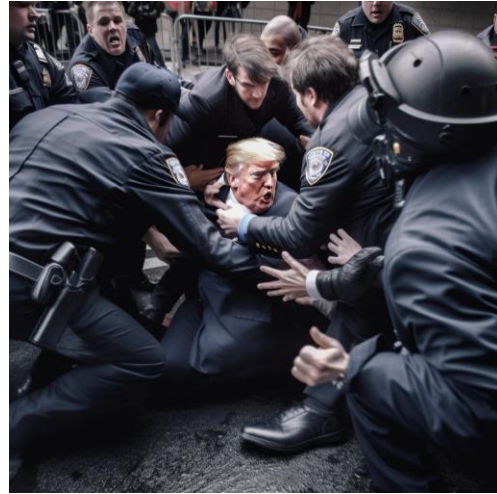
Gerçekliğin değiştirilmiş ve manipüle edilmiş versiyonları neredeyse her gün farklı şekillerde haber fotoğraflarının içine sızmakta ve izleyiciye yanıltıcı bilgiler vermektedir. Haber fotoğrafları bir yandan dijital devrim ile estetik açıdan daha iyi hale getirilmeye çalışılırken diğer yandan etik olarak yaşanacak zorlukların pençesine düşmüştür. Üzerinde değişiklikler yapılarak basına servis edilen haber fotoğraflarına bir başka örnek Washington Post fotoğrafçısı Tracy Woodward’a ait Görsel 2’de yer alan fotoğraf olmuştur. Woodward’ın ‘Eyalet Şampiyonu’ adını verdiği fotoğraf Beyaz Saray Haber Fotoğrafçıları Derneği’nin (White House News Photographers Association - WHNPA) 2013 yılı “Tarihin Gözleri” mükemmellik ödülünü “Spor Haberi/Reklamı” kategorisinde almış, ancak yarışma kurallarını ihlal ettiği gerekçesiyle yarışmadan diskalifiye edilmiştir. Ring içerisinde yer alan iki lise güreşçisine odaklanan ilk fotoğrafta kazanan sporcunun sol elinin tam arkasında yer alan hakem yarışmaya başvurulan versiyonunda tamamen gizlenmiş

olarak görülmektedir. Gündelik hayatın içerisinde gerçek bir hikâye anlatımına odaklanan bu spor fotoğrafı fotoğrafçının estetik kaygıyla hareket ettiğinin ve dijital işlemin cazibesine kapıldığının bir göstergesidir.



Görsel 3. IKEA'nın 2013 yılında yayınladığı ürün kataloğuna ait değiştirilmiş reklam fotoğrafları.

İsveçli mobilya perakende zinciri IKEA'nın Suudi Arabistan için yapılan ürün kataloğundan kadın imgesini sildiği fotoğraf görsellerin manipüle edilerek içeriğinin değiştirilmesine ilişkin başka bir örneği temsil etmektedir. Otuz sekiz farklı ülkeye dağıtılmak için yirmi yedi farklı dilde tasarlanarak basılan 2013 yılına ait IKEA kataloğunun Arap versiyonunda bulunan kadınlar ürün fotoğraflarının içeriğinden silinmiştir. Hedef kitleye ürün ve hizmetlerin tanıtımı için görsel unsurlardan büyük ölçüde faydalanan reklamcılık alanında dijital görüntü işleme yazılımları genelde reklam fotoğraflarının cazibesini arttırmak ve tüketici algısını etkilemek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla ürünün ya da modelin idealize edilmiş hali hem pazarlama stratejileri hem de tüketici psikolojisi üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. IKEA'nın ürün kataloğunda yapmış olduğu bu değişiklik çeşitli açılardan tartışmaların odağında olabilecek bir değişikliktir. Kültürel hassasiyetin, ticari çıkarların ve evrensel etik değerler arasında gerçekleşen oldukça karmaşık ve beklenmedik bir denge kurma çabası olarak görülebilir. Kadınların özellikle ürün görsellerinden silinmesi cinsiyet eşitliği ve kadın hakları açısından bakıldığında kadının toplum içinden görünürlüğüne yok etmeye çalışan bir tutum olarak değerlendirilebilir. Nitekim böylesi bir sansür IKEA'nın ticari çıkarlarını insan hakları ve eşitlik gibi önemli değerlerin önünde tuttuğunun bir kanıtı haline gelmiştir. Farklı ülkelerdeki kültürel normlara uyum sağlamak ve evrensel etik değerlere uyum sağlamak arasında salınan bu reklam fotoğrafları kadın hakları açısından ciddi eleştirilere maruz kalmıştır.



Görsel 4. Yapay zekâ tarafından üretilen Donald Trump'ın tutuklandığına ilişkin sahte görüntüler.

Eski ABD Başkanı Donald Trump'ın tutuklandığına dair yapay zekâ tarafından üretilen sahte fotoğraflar günümüzde yapay zekâ ile üretilen görsellerin hem gerçeğe ne kadar benzeyebileceğini hem de yapay zekânın gücünü açığa çıkarmaktadır. Twitter kullanıcısı Eliot Higgins'in Trump'a ait iddianameleri okuduktan sonra bu iddiaları Midjourney'in son sürümünü kullanarak görselleştirmeye karar vermesinin ardından gündeme gelen fotoğraflar ortaya çıktıkları Mart 2023 tarihinde oldukça popüler hale gelmiştir. Ardından Higgins, bu görseller ortaya çıktıktan sonra Midjourney'den men edilmiştir. Yapay zekâ ile yapılan bu görüntüler serisi bir yandan teknolojinin gücünü yansıtırken bir yanda da bu gücün yaratacağı tehlikelere dikkat çekmektedir. Oluşturulan bu sentetik görüntülerde eski başkan bir

grup polis arasında itilmekte, yere yatırılmakta ve ardından tutuklanarak hapse atılmaktadır. Matt Growcoot'a (2023) g6re "Yapay zekânın g6c6 giderek artarken ve insanlar bu teknolojiyi Trump'ın yaklaşan iddianamesi gibi g6n6n g6ncel olaylarıyla oynamak i6in kullanırken, bazı insanların da bu g6r6nt6lerin ger6ek olduğuna inanma riski bulunmaktadır". G6r6nt6n6n ger6ek olabilme olasılığına yaslanan bu fotoğrafların yarattığı etik, g6venlik ve toplumsal sorunlar ger6ek ile sahteyi ayırt etmenin olduk6a zorlaştığı g6n6m6zde bir yandan bilgi kirliliğine sebep olmakta diğer yandan ise bilgiye ulaşmanın g6c6l6đ6n6 g6stermektedir. Bilginin g6venirliğine ve etik değerlere ciddi zararlar verebilecek yapay zekâ ile 6retilen g6r6nt6ler teknolojinin sorumsuzca kullanılması ne kadar tehlikeli olabileceğini kanıtlarken hem bireysel hem de kamusal d6zeyde bilin6li ve sorumlu bir yaklaşım benimsemek adına g6rsel okuryazarlığın 6nemini bir kez daha g6zler 6n6ne sermektedir.

SONUÇ

Kitle iletişim ara6ları genelinde medyada yer alan haber fotoğrafları 6zelinde g6rsellerin toplum tarafından anlaşılacak Şekilde tasarlanıp topluma sunulması gerektiği kadar; topluma sunulan g6rsellerin de doğru bir Şekilde okunup, anlaşılması da gerekmektedir. Olduk6a g6c6l6 bir iletişim aracı olan fotoğraflar 6oğu zaman kelimelerin ilemediği duygu ve mesajları hızlı bir Şekilde iletebilir. 6nemli toplumsal olaylarda kullanılan fotoğraflar g6rsellerin anlamını, medyanın mesajlarını ve bu mesajların toplumsal etkilerini anlamamızda bizlere yardımcı olmaktadır. Bilin6 end6strilerinin sıklıkla başvurduğu g6rsel kullanımı 6oğu zaman manip6le edilmiş ve fotoğrafın ger6ekliğinden uzaklaştırılmıştır. Teknolojinin hızlı bir Şekilde ilerlemesi dijital g6r6nt6lerin oluşturulması ve manip6le edilmesi konusunda olduk6a b6y6k olanaklar sunmaktadır. Son yıllarda yapay zekâ destekli g6r6nt6 6retimi de hayal edilen her t6r g6r6nt6n6n 6retilmesinde sınırsız g6r6nt6 6retmeyi olanaklı kılmıştır. B6yle bir ortamda g6r6nt6lerin yaratacağı etik ve g6venilirlik konuları g6r6nt6lerin doğruluğunu teyit etmede 6ıkacak sorunların temelini oluşturmaktadır. Dijital medya okuryazarlığının arttırılması ve bireylerin dijital i6eriklerin doğruluğunu sorgulama becerilerinin gelişimi bu gibi sorunların 6stesinden gelmek adına 6nemli adımlardır. G6r6nt6ler 6zerinde teknoloji kullanımı ve etik arasında dengeli bir yaklaşım benimseyerek 'ger6eklikten' ayrılmamak, yaşanabilecek olumsuz etkileri minimize etmek i6in destekleyiciyi bir zemin yaratabilir. B6ylelikle toplumsal boyutta g6rsel bir okur-yazarlık niteliğine sahip olmak, o toplumu daha bilin6li, daha duyarlı hale getireceği gibi yaşama karşı aldatılmışlıktan ve değerersizleştirilmekten de koruyacak adeta bir "gizli aura" oluşturacaktır. Goethe'nin de ifade ettiği gibi "*En basit olduğu d6ř6n6len ama en zor olan, g6z6m6z6n 6n6nde olan Őeyleri ger6ekten g6rebilmektir*".

KAYNAKÇA

- Arnheim, R. (2018). *G6rsel d6ş6nce*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bajac, Q. (2011). *Fotoğraftan sonra analog fotoğraftan dijital devrime*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barrett, T. (2017). *Fotoğrafi eleştirmek imgeleri anlamaya giriş*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Bate, D. (2009). *Fotoğraf anahtar kavramlar*. Ankara: Deki Basım Yayım.
- Baudrillard, J. (2019). *Şeytana satılan ruh ya da köt6l6đ6n egemenliği*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). *Neden Her Şey Halen Yok Olup Gitmedi?*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayraktaroğlu, A., & Bayraktaroğlu, B. (2009). Gazetelerde Yer Alan Haber Fotoğraflarında K6t6n6n Sunumu. *S6leyman Demirel 6niversitesi. G6zel Sanatlar Fak6ltesi Hakemli Dergisi. Art-E, yıl: 2009. Sayı:3. Isparta.*
- Burnett, R. (2018). *İmgeler nasıl d6ş6n6r*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Clarke, G. (2017). *G6zel sanatların bir dalı olarak fotoğraf*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Çeliker, M. (2009). *Lider imajının yaratılmasında fotoğrafın işlevi*. S6leyman Demirel 6niversitesi. G6zel Sanatlar Enstit6s6. Grafik Anasanat Dalı, Yayınlanmamış Y6ksek Lisans Tezi. Isparta.
- Ferraris, M. (2019). *Yeni gerçeklik manifestosu*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Freund, G. (2007). *Fotoğraf ve toplum*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Goldberg, V. (1993). *The power of photography*. Abbeville Publishing Group, New York, London, Paris: Expanded and Updated Version. First Published 1991.
- Growcoot, M. (2023). *Fake images of Donald Trump being arrested shows the power of AI*. <https://petapixel.com/2023/03/22/fake-images-of-donald-trump-being-arrested-shows-the-power-of-ai/>
- Iyengar, S. (1988). "New directions and agenda setting research," der., Anderson, Communication Year Book. cilt 11. akt. Ragnar Waldahl, political Attitudes and Public Opinion. çev. S6leyman İrvan, İletişim Dergisi. sayı:1-2, sf: 64-65, yıl:1994.
- Lacayo, R., & Russel, G. (1990). *Eyewitness, 150 years of photojournalism*, Time. Oxmore House Inc. New York.
- Lopes, D. M. (2018). *Fotoğraf felsefesi*. İçinde. Gerçek değer. İstanbul: Espas Yayınları.
- Robins, K. (2020). *İmaj*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Roselblum, N. (1984). *A world history of photography*, Abbeville Press Publishers, New York, London, Paris.
- Sartori, G. (2004). *G6rmenin iktidarı*. Çev. G6l Batuş-Bahar Ulukan, İstanbul: Kara Kutu Yayınları.
- Sharma, J., & Sharma, R. (2017). *Analysis of key photo manipulation cases and their impact on photography*. ISS University Journal of Arts. Vol:6. P: 88-99.