

BÖLÜM I

İMAJ VE TEKNOLOJİ

Çağdaş imaj tartışmalarının merkezine hızla yapay zekâ tarafından üretilen görseller yerleşiyor. Bu yeni nesil yapay zekâ üretimi imajlar, internette giderek artan bir şekilde yaygınlaşmakta ve yakın gelecekte sayısal açıdan baskın hâle gelmeleri öngörülmektedir. Artık yapay zekâ uygulamaları sayesinde, mevcut imajlardan yola çıkarak tamamen yeni ve özgün görselleri sentezlemek ve yaymak mümkün. Bu yapay zekâ modelleri, yalnızca daha önce aklımıza gelmeyen bağlantıları gözlerimizin önüne sermekle kalmaz, aynı zamanda bizleri âdeta büyüleyen, şaşkına çeviren, Medusa etkisine sahip yepyeni imajlar da ortaya koyar. Söz konusu yapay zekâ şirketleri olağanüstü teknolojiler geliştirirler fakat bu faaliyetlerin ticari çıkarlara öncelik verdiğini de unutmamalıyız. İmajlarla kurulan toplumsal ilişkilerin sağlığı hiçbir zaman teknoloji devlerinin önceliği olmadı.

Algoritmik metinler ve görseller dijital ağlarda baskın hâle geldiğinde ve geçmişte insan tarafından oluşturulmuş imajlardan ayırt edilemez olduk-

larında ne olacak? İnsanlar, üretilen içeriğin büyük bir kısmını algoritmaların oluşturduğu bir dünyada kendilerini nasıl konumlandıracaklar? Burada herhangi bir şeyin sahiciliğini korumasını neredeyse imkânsız hâle getiren muazzam dönüşümden bahsediyoruz. İnsan tarafından üretilmiş içerikle algoritmik olarak üretilmiş içerik arasındaki ayrımın kaybolması, dijital ağlarda dolaşan bilgiye olan genel güveni ciddi şekilde sarsabilir. Herhangi bir metin veya görüntünün kaynağının belirsizleşmesi, hakikat sonrası olarak adlandırılan durumu daha da derinleştirecektir. Bu durum, bireylerin güvendiği bilgi kaynaklarını bulmasını zorlaştırabilir ve toplumsal tartışmaların zeminini kayganlaştırabilir. Web'in tümüyle bir güvenilirmezlik ortamı olması demek imajla dolayımlanan toplumsal ilişkilerin yapısını bozacaktır. Büyük miktarda ve hızda üretilen algoritmik içerik, bireylerin ve toplumların algısını manipüle etmek için daha etkili bir şekilde kullanılabilir. Özellikle siyasi ve ticari amaçlarla üretilen yanıltıcı metinler ve görüntüler, dezenformasyonun yayılmasını hızlandıracak. Bu yüzden dijital okuryazarlık becerileri geliştirmeli ve imaj eğitimini okul programlarına eklemeliyiz.

Diğer yandan, imaj üretiminin bu seviyede artması öznelerin daha çok akıllı telefonlarıyla imaj dünyalarına gömülmelerine ve belli bir anı yaşamak

yerine imajlarla kendi şimdilerini kayda almalarına götürür. İmajlarla kayda almak gerçeklikle araya mesafe koyma fırsatı verir. İmaj üretimine bu denli odaklanmak, öznenin sahici deneyimiyle arasına bir perde çeker. Anı yaşamak yerine anın imajını kaydetme dürtüsü, yaşanan anın kendisine tam olarak odaklanmayı engeller. Sürekli imaj üretimi ve paylaşımı, bireylerin kendilik algısını büyük ölçüde etkiler. Kişi, gerçekte olduğu gibi değil, yaratmak istediği imaj üzerinden kendini tanımlamaya başlar. Akıllı telefon kameraları aracılığıyla sürekli olarak görülme ve kaydedilme hâli, benliğin dışsal bir imaj projeksiyonu üzerinden kurulmasına neden olur. Bilincin içsel deneyimi ve yönelimsel yaşantısı kendisine yabancı olan bir temsil modeline dönüşür.

Söz konusu yabancılaşma son yıllarda gördüğümüz gibi kamusal performanslarının imajlar arası ilişkilere dönüşmesine kadar gidebilir. İmaj üretimindeki bu artış, kamusal alanı gerçek etkileşimlerden ziyade, imajların sergilendiği ve tüketildiği bir sahneye dönüştürür. Bireylerin kamusal alandaki davranışları ve ifadeleri, gerçek bir anlam yaratmaktan çok, belirli imajları yaratma ve yayma amacına hizmet eder. Bu durum, kamusal alanındaki tartışma, diyalog ve ortak anlam yaratma potansiyelini zayıflatır. Aslında bakış hem dünyaya mesafe almaya hem de onu bütünlüğü içinde yaka-