

## SANAT DİSİPLİNİ OLARAK FOTOĞRAFIN

### NİTELİK VE KİMLİK SORUNU

**Egemen Umut Şen<sup>1</sup>**

#### **Özet**

Endüstri devriminden sonra kas gücü yerine yapay güç kullanılması, makineleşmiş endüstriyi doğurmuştur. Atölyelerin fabrikalara evrilmesi ile ortaya çıkan hammadde ihtiyacı, ortak piyasa ekonomisini dayatırken, küresel dünya düzeni şekillenmeye başlamıştır. Sanayileşme sonrası seri üretilen tüketim ürünlerinin artması, hızla değişen arz-talep dengesi, üretilenlerin hızla tüketilmesi gerekliliğini getirmiştir. Bu suni gereklilik küresel şirket ve hükümet politikalarını şekillendirmiş, toplumun organik bir parçası olan sanat da bu değişimden payını almıştır. Tüketim toplumunu yönlendirmek ve manipüle etmek için kullanılacak en etkili kanal olan kitle iletişim araçları görülmüştür. Basın yayın organları etkili kitle iletişim araçlarıyken, gelişen teknoloji ile yerini yeni medya almıştır. Fakat hangi araç kullanılırsa kullanılsın, tüm medya araçlarının kullandığı temel argüman fotoğraftır. Popüler kültürün insanların estetik beğenisi üzerinde yarattığı etki ile yüksek kültür ürünleri olarak sanatsal ürünler değer yitimine uğramış, postmodern üslubun kattığı, kendine mal etme kavramına sığmayan sanatçılar; bir eserin popüler ya da ticari olma kaygısı ile üretilmiş banal kopyalarını ifade etmek için kullanılan kitsch deryasını besler olmuştur.

Bu çalışmada postmodern üslupta üretilen eserler betimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiş, fotoğraf sanat disiplini özelinde yaşanan kimlik ve nitelik sorunu için benimsenmesi gereken anlayış önerilerine yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Postmodern, Fotoğraf, Küreselleşme, Teknoloji, Kitsch, Yapay Zeka.

---

<sup>1</sup> MA. Egemen Umut ŞEN (AFIAP Fotoğraf Sanatçısı) [egemenumutsen@gmail.com](mailto:egemenumutsen@gmail.com) ORCID ID: 0000-0001-7518-0737

## QUALITY AND IDENTITY PROBLEM OF PHOTOGRAPHY AS ART DISCIPLINE

**Egemen Umut ŞEN**

### **Abstract**

The use of artificial strength instead of muscle strength after the industrial revolution led to the mechanized industry. While raw material need in the result of conversion of the workplaces to factories enforced common market economy; global world order started to be formed. After industrialization, the increase of consuming the serial production, rapidly changing supply and demand balance brought the need of fast consuming the productions. This artificial necessity formed the global companies' and governments' policies; The art which is an organic part of a society has received its portion from this change. The best way for directing and manipulating the consumption society has been seen as the mass media. While at the beginning media organs were the effective mass media, the new media has taken their place with developed technology. But whichever appliance is used, the photograph is the basic appliance of all media organs. With the effect that popular culture has created on the people' aesthetic taste artistic products as a product of a high culture have lost their value; pseudo-artists who hid behind "self-appropriation" notion that belong to post-modern style have started to cherish kitsch concept that is used to express the banal copies of produced with the anxiety of a piece's being commercial or popular.

In this study, post-modern pieces are examined by the use of descriptive analysis; and given place for adoption of suggestions for understanding to the identity and quality problem that highly rated seen only in the discipline of photo art never seen at the other art branches.

**Key Words:** Post-modern, Photography, Globalization, Technology, Kitsch, Artificial Intelligence.

## 1. Giriş

19. yüzyıl sanayi devrimi ile birlikte makineleşme bir çok şeyi seri üretim bantlarına taşıırken toplumu sosyolojik ve kültürel olarak etkileyerek tüketim toplumuna taşımıştır. Ham madde için politikaların ülke sınırları dışına çıkması, kültürlerin de ülke sınırları dışına taşmasına ve böylece küreselleşmeye yol açmıştır. Hem ham madde temini hem de sanayi ürünlerinin piyasaya arzı için ortak dil ve ortak piyasa ekonomisi tüm dünyaya hakim olmaya başlamış, dünya belli bir süre sonra artık sadece coğrafi haritalarda çizilen çizgilerle sınırlandırılmış, kültürlerin sınırları kalkmıştır. Kültürün bir parçası olarak hem toplumdan üreyen hem de onu etkileyen sanat, 19. yüzyıl sonunda kültürün küreselleşmesinden payını alarak küreselleşmeye başlamıştır. 20. yüzyıla gelindiğinde post-endüstriyel toplum yapısının yaygınlaşması, ekonomik alanda yaşanan köklü değişimler, teknolojik gelişmeler ve politik hareketlerle amaçlanan tüketim toplumunun oluşması sanat alanında da postmodernizm döneminin başlamasına neden olmuştur.

## 2. Sanatsal Disiplini Olarak Fotoğrafın Nitelik ve Kimlik Sorunu

Postmodernizm 20. yüzyılın ilk yarısında başladığı kabul edilen, modernizmden radikal bir kopmadır (Jameson, Lyotard, Habermas, 1994: s. 59). Modernizm köyleri kentlere çevirmek için var olan bir fikirken, post modernizm zaten metropolde doğmuştur, bu nedenle modernizmde köklere olan bağlılık, belli başlı kurallar geçerliliğini koruyorken; post modernizmde köklerle tüm bağ kesilmiş ve kültürler arası ya da disiplinler arası bir melezlenme söz konusu olmuştur (Öztoprak, 2013: s. 59).

Postmodern sanat yapıbozum yöntemi yani kolaj ve montaj yöntemi çerçevesinde belirli bir anlama kavuşur (Doğan, 2018: s. 5821). Sanatsal yaklaşımlar ortaya çıktıkları dönemin etkisiyle, kendinden önceki dönemin üslubunu terk edip yeni bir bakış açısı geliştirme gayreti taşımaktadır. Fakat ilkel sanat olarak tanımlanan mağara resimlerinden kavramsal sanata kadar sanat tarihi incelendiğinde, klasik estetik değerlerden ne kadar uzaklaşırsa uzaklaşılsın ya tamamen kopulmadığı ya da her zaman geri dönüşün yaşandığı görülebilmektedir. Modernizm sanatçıların ifade biçimi olarak özgürleştikleri, sanat için sanat icra ettikleri bir dönemdir fakat modern sanat eserleri incelendiğinde klasik estetik anlayışından tamamen kopulmadığı da bir gerçektir. Modern sanatın bu üslubuna karşı bir üslup olarak gelişen postmodern eserlerde, bu amaçla yapıbozum kullanılmış, teknolojik gelişmelerin de sunduğu imkan ile kasıtlı olarak, estetik değerler önemsenmeden, daha çok kolaj ve montajı teknik edinen ifade tarzı geliştirilmeye çalışılmıştır.

İlk fotoğrafçıların resim sanatının kökleşmiş geleneklerini temel aldığını, doğal olarak resmin kural ve ilkelerini ölçü alarak yola çıktıklarını söyleyebiliriz. Keşfedildiği dönemde örnek alacakları optik ve estetik bir deneyim birikimi bulunmadığından, ilk fotoğrafçılar daha çok ressamalara öykünerek fotoğrafta yalın bir tanıklığı resmetmeye özen göstermişlerdir (Karadağ, 2016a: s. 9). Ressamların görme biçimi ile fotoğrafçının optik aygıtların gerçeklik algısına bağlı görme biçimi arasındaki fark ortaya çıktıkça, fotoğraf kendi kültürel ve estetik birikimini oluşturmuş, resim ile fotoğrafın yolu giderek birbirinden ayrılmış olsa da gerçeğin iki boyutlu yeniden ifadesi bağlamında resim ve fotoğraf sürekli birbirinden beslenen iki sanat disiplini olmuştur. O yüzden bu çalışmada postmodernizm ifade biçimi resim ve fotoğraf ilişkisi göz ardı edilmeden ele alınmaya çalışılacaktır.

Resim sanat disiplininde postmodern ilk eserlerden birisi olarak nitelendirilebilecek Robert Rauschenberg'in 1964 tarihli "Havayolu" isimli tuval üzerine yağlıboya ve elek baskı ile yapılmış çalışması; Rubens'in "Süslenen Venüs" resminden, dergilerinden alınmış bölümlerden, J.F. Kennedy'nin gazete fotoğrafı

gibi birçok ilintisiz görüntünün kendi bağlamından kopararak, birbiri üzerine bindirilmiş karmaşık görüntülerden oluşmaktadır (Doğan, 2018: s. 5818). Kendi bağlamlarından koparılmış ilintisiz görüntüler; izleyenin görsel algılama sürecinde, öznel yorumu rehberliğinde anlamlandırılabilir nitelikte eser ortaya çıkarmaktadır. Bu ilintisiz görüntüler farklı sanatsal ifadeleri de içerebilmektedir. Farklı sanatsal ifade biçimlerini üst üste bindirilme yolu ile inşa edilmiş bu tarz eserler incelendiğinde, postmodern yaklaşım, geçmiş sanat biçimlerinin taklidi yoluyla var olmaya çalıştığı görülebilmektedir.

Postmodern yaklaşım üst üste getirilmiş alıntı imgeler ve kolajlarla oluşturulan, eklektik estetiğin tüm uygulamalarını bünyesinde barındıran bir sanatsal pratiğe dönüşmüştür (Harvey, 1997: s. 79). Özellikle gelişen teknolojinin getirdiği yenilikler yaşamımızı kolaylaştırıp, bize kazandırdığı vakit ve farklı imkanlarla bizi özgürleştirilmesi gerekirken tam tersi bizi tutsağı yapmıştır. Sanatsal akım olan postmodernizmin kolaja, alıntı imgelere, taklitle dayalı üretim pratiğine dönüşmesi sanatsal bağlamda felsefi bir boşluk yaratmıştır.

Sanayileşme sonrası seri üretilen, birbirinin aynısı olan, tüketim ürünlerinin artması hızla değişen arz talep dengesi üretilenlerin hızla tüketilmesi gerekliliğini getirmiştir. Bu suni gereklilik üreticileri ve hükümet politikalarını şekillendirmiş, tüketim toplumu yönlendirmek ve manipüle etmek için kullanılacak en etkili kanal olan kitle iletişim araçları görülmüştür. Etkin kitle iletişim araçları, teknolojik gelişmeler ve internetin hayatın her alanında etkinleşmesiyle, basın yayın organlarından yeni medyaya evrilmiştir. Videodan, hareketli görüntüye kadar hangi araç kullanılırsa kullanılsın, tüm medya araçlarının temelinde yatan argüman fotoğraftır.

Fotoğraf yapısı gereği her zaman diğer sanat araçlarından farklı bir yere sahip olmuştur. Çünkü fotoğrafın gerçekte olan ilişkisi diğer sanat araçlarından farklıdır. Fotoğrafa konu olan nesne ve fotoğraf arasındaki benzerlik, onun diğer sanat alanlarına göre gerçeğe daha yakın olduğu yönünde bir algıya sahip olmasına neden olmuştur (Sağlamtimur, 2016: s. 650). Görüntü sistemleri üzerine ışık aracılığıyla kaydedilen renkler, gölgeler ve çizgilerden oluşan fotoğraf, algısal olarak, insanın gözünde ve beyninde gerçek dünyaya ilişkin görsel bilgiler oluşturmaktadır (Messaris, 1997: s. 3). Fotoğrafın bu özelliği nedeniyle izlenimci ressamlar gibi doğaya öykünen fotoğrafçılar, haber ve belgesel fotoğrafçıları hep gerçeği kaydetme kaygısı ile üretim yapıklarını savunmuşlardır. Oysa bir haberi tek bir kare ile anlatmak mümkün değildir. Bir olayın meydana gelmesinden öncesi yaşananlar ve sonrası bıraktığı etki ile bütün olarak değerlendirilmelidir. Bir haber fotoğrafı örneğinde olduğu gibi, aslında gerçeği kayıt altına aldığı söyleyen fotoğrafçının yaptığı şey; olay karşısındaki fotoğrafı çeken kişinin öznel bakışının eyleminden ibarettir.

Teknolojinin getirdiği kolaylıklar sayesinde her türlü görüntü manipülasyonu mümkün hale gelmiş, bu yüzden görüntü sistemlerinin dijitalle evrilmesinden sonra doğrulama gereksinimi konusundaki otoritesini kaybeden fotoğraf, gerçeklikle olan ilişkisini gözden geçirmek durumunda kalmıştır (Bajac, 2011: s. 115). Gerçeğin felsefi ve sosyolojik bağlamda değerlendirilmesi bir yana gelişen teknoloji ile günümüzde ikinci sanayi devrimi olarak nitelendirilebilecek, yapay zeka ya da makina öğrenimi gerçeklik olgusunu toptan değiştirmektedir. Yapay zeka sonsuz sayıda insan fotoğrafına bakarak, hiç dünyaya gelmemiş bir insan fotoğrafını mükemmel gerçeklikte üretebilmektedir. Ya da farklı fotoğrafları hatta fotoğrafla çizimleri birleştirerek gerçekten farkı ayırt edilemeyecek fotoğrafik görüntü oluşturabilmektedir. Üretim teknikleri bakımından teknolojiye göbek bağı olan, teknolojik gelişmelerden en hızlı etkilenen, hem kullanım alanlarının yaygınlığı hem de insan zihninde gerçekte olan ilişkisi sebebiyle kitleleri etkileme gücü bakımından kullanılan en güçlü araç fotoğraftır. O yüzden sosyolojik olarak kültürleri yönlendirmede, politik ve ekonomik olarak toplumu biçimlendirmede kullanılan fotoğraf, tüketim toplumunun vazgeçilmez bir unsuru olmuştur.

Moda ve reklam fotoğrafçılığı tüketimi genelleştirmek için güzel bir yüzü, bedeni veya bir ambiyansı provakatif bir gösterinin başrolüne oturtmayı amaçlayan profesyonel bir eylemdir (Karadağ, 2016a: s. 134). Bu profesyonel eylemin manipülatif amacı doğrultusunda son tüketici kendisini kurgulanmış bu imge yerine koyarak tatmin duygusu yaşamakta ve tüketim için gerekli motivasyonu hissetmektedir. Fotomodellerin fotoğraflara yansıyan davranışları insancıl eğilimlerden çok heykellerin anıtsal görselliğini sergilemesi moda ve reklam fotoğraflarının bir karakteristiğidir (Karadağ, 2016a: s. 136). Bu anıtsal yüceltme sonucu tüketicinin zihninde gerekli, önemli hatta eşsiz niteliklerde büyümlü bir imge oluşur. Bu yolla olmayan bir gereksinim yaratılarak toplum tüketime yöneltilir.

Tüketimi sadece ekonomik olarak ele almak doğru olmaz; tüketimin ekonomik, sosyal ve kültürel boyutu mevcuttur. Katma değer bakımından üretimden uzaklaşan toplum, enformasyon olarak, düşünsel olarak, yaşamsal olarak ve tabiki sanatsal olarak da nitelikli üretimden uzaklaşmakta, kolay olana, kısacası tüketime yönelmektedir.

Postmodernizme özgü teknik esneklik yeni üretim biçimlerini getirmekle birlikte sanata “appropriation” yani kendine mal etme kavramını kazandırmış, bu yolla başka eserlerin kopyalanarak kullanılmasının önü açılmıştır (Doğan, 2018: s. 5822). Kendine mal etme yöntemi ile üretim yapan bir sanatçının çalışmalarına bakıldığında kendine has bir üslup bulmak zordur. Çünkü çalışma inşa edilirken, sanatçıya ait öznel bir yorum yerine, salt kopya niteliğinde biçimin yeniden üretimi gerçekleştirilmektedir. Bu yolla önceden üretilmiş sanat eserleri kolaycı bir yaklaşımla tüketilmektedir denilebilir.

Kopyayı yücelten, orijinal olarak üretilmiş olanın üstüne çıkarmaya çalışan düşünce, sanatçının orijinal bir eser üretecek yaratıcılığı olamama yönündeki bilinçdışı korkusunun dışavurumudur (Kuspit, 2010: s. 155). Bu durum kolaycılığın içselleştirilmesine sebep olmuş, sanatsal üretimin en meşakkatli kısmı olan fikrî üretim es geçilerek, fiziki olarak üretilmiş olmakla yetinilmiştir.

Üretim yaparken sanatçının kendi entelektüel birikiminden hareketle psikolojik ve estetik deneyimlerini kullanarak kendi üslubuyla bütünleşmesi yerine, hoşu giden bir görüntünün yeniden üretme yönteminin benimsenmesi beraberinde derinliği olamayan yüzeysel bir üretim tarzına dönüşümü zorunlu kılmıştır.

Postmodern yaklaşımda modernizmin estetik kuralları yerini, gelip geçiciliği ve modayı yücelten popüler beğenilere bırakmıştır (Harvey, 1997: s. 180). Popüler kültür tuzağına düşen sanat, popüler olanın güzel sanat olduğu yanılgısını doğurmuştur. Sosyal medyada popüler olan fotoğraflar herkes tarafından beğeni almakta, çok beğeni alan fotoğraflar bir süre sonra kendi beğenisini yaratmakta böylece çok beğenilenin iyi fotoğraf olduğu algısı oluşmaktadır.

Benzer bir durum fotoğraf yarışmaları aracılığı ile de yaşanmaktadır. Ulusal ya da uluslararası yarışmalarda derece yapan isimlerin görme biçimleri diğer fotoğrafçılar tarafından taklit edilmekte, böylelikle güzel fotoğraf üretilebileceği inancı oluşmaktadır. Hatta bir çok fotoğrafçı postmodernizmin kazandırdığı kavram olan kendine mal etme üslubundan hareketle beğendiği bir fotoğrafın nerede ve ne zaman çekildiğini öğrenmekte, aynı mekanda aynı ışık şartları altında benzer bir kompozisyonu kendine mal etme gayretine düşmektedir.

Fotoğraf sanatı, nerdeyse her ilde her ilçede açılan amatör fotoğraf sanatı dernekleri ya da toplulukları vasıtasıyla düzenlenen etkinlikler, eğitimler, fotoğraf destinasyonlarına yapılan geziler yoluyla fotoğraf

rehberleri eşliğinde hazırlanmış kompozisyonlara deklanşör basarak yapılan görüntü avcılığı uğraşısı haline gelmiştir. Buradaki temel sorun; ne fotoğrafın kaliteli vakit geçirme ya da keyif aracı olması, ne de derneklerin, yarışmaların bunu yaygınlaştırıyor olmasıdır. Hatta belli bir teknik ve estetik birikim elde edene kadar bu dernekler ya da yarışmalar fotoğrafla uğraşan amatörler için birer fırsat niteliğindedir. Asıl sorun; her fotoğraf makinası ve ekipmanı sahibi olan kişinin, genel bir makina kullanımını eğitimi aldıktan sonra yarışma ve gezilerde ürettiği fotoğrafın sanat eseri olduğu yanılığının toplumsal boyutta zuhur etmesidir.

Erişilebilirliği basitleşen sanat unsurlarından ziyade, uygulanabilirliğin kolaylaşması sanatçı kimliğini içi boş bir kavram haline getirmiş, her an göz önünde olan internet ve televizyon gibi mecralarda paylaşılan video ve fotoğraflar ile beğeni ve eleştiri düzeyi aşağı çekilmiş, herhangi bir estetik değerden yoksun her imaj sanat eseri, her teknoloji kullanıcısı da sanatçı ithaf edilmiştir (Öztoprak, 2013: s. 76). Günümüzde gelişen teknoloji ile ceplerimize giren yüksek çözünürlüklü dijital görüntü sistemleri aracılığı ile fotoğraf üretiminin teknik anlamda kolaylaşması ve yine ceplerimize girmiş sosyal medya mecraları sayesinde fotoğraflara ulaşmanın ve paylaşmanın da kolaylaşması neticesinde; ürettiği her görüntüyü sanat sanan üretim çılgınlığı aktörleri yüzünden fotoğraf sanatında hiç bir sanat alanında görülmeyecek oranda kimlik ve nitelik sorunu yaşanmaktadır. Bu durum sanatsal literatürde kitsch olarak tanımlanan kavramı hatırlamamıza sebep olmaktadır. Kitsch, var olan bir tarzın ya da sanat eserinin popüler ya da ticari olma kaygısı ile üretilmiş banal, rüküş ve sıkıcı kopyalarını ifade etmek için kullanılan bir terimdir.

Yüksek kültür ürünleri olarak sanatsal ürünler değer yitimi ile karşı karşıya kalmış, kitle iletişim araçlarının kuşatması altında şekillenen kültürel değerler uyarınca dikkat çekmek, hoş gitmek, kitsch olana eğilim, genel estetik ölçüt haline gelmiştir (Öztoprak, 2013: s. 78). Ticari ve profesyonel bir alan olan moda, ve ürün fotoğraflarının genel beğeni kalıbına girmesi ya da yerel yönetimler, kurum ve kuruluşların reklam aracı olarak kullandığı yarışmalarda ödül alan fotoğrafların sanat olarak algılanması, hatta sosyal medyada satın alınmış takipçi ve beğenilerle balon gibi şişirilerek yüceltilmiş görüntülerin genel estetik algısında popülerleşmesi ile fotoğraf sanattan uzaklaşmış kitsch çöplüğü haline dönüşmüştür.

Burada dikkatle vurgulanması gereken bir durum vardır. Fotoğraf tespit kolaycılığın indirgenecek, doğaya öykünmek ya da alışıldık görüntü elde etmek için kamera düğmesine basma düzeyinde yetenekle gerçekleştirilecek kadar sığ bir eylem değil, sorgulama, tayin etme ve yorumlama gibi zihinsel süreçleri gerektiren imgesel yaratıcı eğilimlerin daha geçerli olduğu bir olgudur (Karadağ, 2016b: s. 137). Teknolojinin kolaylaştırdığı fotoğraf çekimi ve sonrasında bilgisayar programları aracılığıyla düzenleme imkanlarının gelişmesi, görüntü üretimi yöntemlerinin çeşitlenmesi, post fotoğraf yaklaşımının gelişmesine zemin oluşturmuştur. Fakat postmodern yaklaşım kendi varlığı ile kitsch üretim deryasını doğurmamıştır. Postmodern yaklaşımında kullanılan teknik imkanlar sayesinde bir çok yaratıcı eser üretilmiştir. 1983 yılında Nancy Burson tarafından diktatörlüğün yüzünü göstermek amacıyla üretilen “Big Brother” isimli görüntüde; Hitler, Mussolini, Stalin, Khomeini ve Mao'nun yüzlerini birleştirilerek gerçek hayatta var olmayan bir portre yaratılmıştır (Sağlamtimur, 2016: s. 657). Big Brother eseri postmodern pratiklerin, bir sanatsal üslup olarak kullanıldığında ne kadar etkili bir ifade aracı olduğunun güzel bir örneğidir.

21. yüzyılda sanat üretimde etkilenilmemiş akım kalmamıştır denilebilir. Her görüntü üreticisi kadar akım ve farklı üretim yöntemi vardır. Hangi sanat akımı etkisinde üretim yapılırsa yapılsın içinde fikir barındırmayan; kültürel, sosyolojik, politik, felsefi ya da duygusal derinliği olmayan, içerik ve biçimin güçlü işbirliğinin estetik damıtmadan geçirilmediği üretim kitsch olmak durumundadır.

Bir görüntünün inşasında ne kadar çok teknik donanım veya optik araç gereçler kullanılırsa kullanılsın, anlamlı bir fotoğraf üretmek için fotoğrafçının bir yorum kaygısı taşıyıp, içsel eleştirinin yönü ve görülen gerçeklerin hangi çağrışımları harekete geçirdiğinin kavraması gerekir (Karadağ, 2016c: s. 91). Fotoğraf sanat disiplini özelinde kendi başına hiçbir zaman sanat değildir, fotoğraf sanatçının sanat yapmak için kullanabileceği bir araçtır. Bu aracı entellektüel birikim ile kullanarak eleştirel görme biçimine dayalı, üzerinde düşünülmüş, varoluşunda fotoğrafçının izini taşıyan imge tasarlama üslubu ile yapıldığında fotoğraf sanata yaklaşmakta aksi durumda kitsch deryasında kaybolmaktadır. Bu felsefi temellerden hareketle fotoğraf sanatı ile uğraşan fotoğrafçılar, üretim yaparken sorgulayıcı bir görselliği benimsemeli, bunu estetik ve artistik bir üslup ile inşa etmeli, kısacası derdi olan güzel fotoğraflar üretmelidir.

### **3. Sonuç**

Fotoğraf sıradan bakışa prim vermeyen seçici ve entellektüel bir uğraştır (Karadağ, 2016c: s. 100). Bunun farkında olan fotoğraf sanatçıları bu felsefi temellerle görüntü ürettikleri sürece fotoğraf her zaman sanatsal ifade gücünü koruyacaktır. Teknolojik gelişim hangi noktaya gelirse gelsin, yapay zeka ya da makine öğrenme algoritmaları nasıl görüntüler üretirlerse üretsinler, bundan önceki dönemde kamera gözünün yorumsuz mekanik bir göz olarak kalması gibi, gerçeğin farklı boyutlarını görerek, gerçeği ve hayalleri öznel birikimi ile yorumlayarak, estetik ve artistik yeteneklerle üretim yapmak gibi insani becerilere ihtiyaç duyacaktır. Bu şekilde fotoğraf birer anlam ve imge tasarımı olarak eleştirel bir metin olmaya devam edecektir. Çünkü fotoğraf makinanın ürettiği bir ürün ya da sonuç değil, düşünsel ve yaratıcı bir süreçle, gerçeklik karşısında imgeler yaratabilen, gerçeğin yorumlanmasına imkan tanıyan, yeni başlangıçlar olmalıdır.

### Kaynakça

- Acartürk, B. (2009). Popüler Kültürde Kitsch Olgusu ve Seramik Sanatına Yansımaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sanatta Yeterlilik Tezi*, İzmir.
- Bajac, Q. (2011). *Fotoğraftan Sonra*. İstanbul: Yapı Kredi.
- Doğan, S. (2018). Postmodern Sanatta “Zaman”ın Parçalanması. *SSSJournal*, Cilt 4 Sayı 26.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. Çev. S. Sungur. İstanbul: Metis.
- Jameson, F., Lyotard, J., Habermas, J. (1994). *Postmodernizm*. Çev. Z. Nemci. İstanbul: Kıyı.
- Karadağ, Ç. (2016a). *Fotoğrafta Sanatsal Kompozisyon*. İstanbul: Öteki.
- Karadağ, Ç. (2016b). *Fotoğrafın Temel Yapısı*. İstanbul: Öteki.
- Karadağ, Ç. (2016c). *Fotoğrafta Anlam ve Anlamlandırma*. İstanbul: Öteki.
- Kuspit, D. (2010). *Sanatın Sonu*. Çev. T. Yasemin. (3. Baskı). İstanbul: Metis.
- Messaris, P. (1997). *Visual Persuasion*. ABD: Sage Publications.
- Öztoprak, F. T. (2013). Tüketim Ürünü Bazında Sanat Eserleri Üretilmesi ve Meta Haline Getirilen Sanat. *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Sağlamtimur, Z. Ö. (2016). *Post-Fotoğrafçılık: Fotoğrafik Gerçekliğin Sınırlarının Aşılması*. Ed. A. Göztaş, İletişimde Post Yazılar içinde (s. 649-673). Konya: Literatürk Yayınları.