

SENTETİK GERÇEKLİK BAĞLAMINDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ DERİN SAHTE GÖRSELLERİN GERÇEKLİK ALGISINI DÖNÜŞTÜRMESİ ¹

Doç. Alper Raif İPEK

Selçuk Üniversitesi – Güzel Sanatlar Fakültesi

Grafik Bölümü

Konya / Türkiye

alperiipek@yahoo.com

ORCID ID: 0000-0001-6842-2478

Dr. Öğr. Üyesi Seçil ERMİŞ İPEK

Çankırı Karatekin Üniversitesi – Sanat Tasarım ve

Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü

Çankırı / Türkiye

secil@karatekin.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2860-4781

Öz: Bu çalışma sentetik gerçeklik kavramı çerçevesinde, yapay zekâ tarafından üretilen ve çoğu zaman gerçekten ayırt edilmesi güç olan ve günümüzde giderek yaygınlaşan derin sahte görselleri incelemeyi amaçlamaktadır. Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı ve Masahiro Mori'nin Tekinsiz Vadi kavramı temelinde yapılandırılan araştırmada, 2021–2025 yılları arasında sayısal medyada yayımlanan dokuz sentetik görsel nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile çözümlenmiştir. Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Etik ve Ahlaki Sorunlar, Güven ve İnandırıcılık, Görsel İkna Stratejileri ve Tekinsizlik Hissi gibi temalar çerçevesinde yürütülen analiz, gerçek ile yapay olan arasındaki sınırların bulanıklaştığını göstermektedir. Bulgular, bu içeriklerin estetik müdahale, duygusal yönlendirme ve bilgi manipülasyonu yoluyla sayısal ortamda etik, yasal ve algısal sorunlar doğurduğuna dikkat çekmektedir. Sonuç olarak bu çalışma, gerçeklik algısı bağlamında yapay zekâ üretimli içeriklerin, görsel kültür üzerinden şekillenen teknolojik, sosyokültürel, etik ve psikolojik boyutlarda da derin etkiler yarattığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sentetik Gerçeklik, Yapay Zekâ, Derin Sahte, Gerçek, Sosyal Medya.

THE TRANSFORMATION OF REALITY PERCEPTION THROUGH AI-GENERATED DEEFAKE IMAGES IN THE CONTEXT OF SYNTHETIC REALITY

Abstract: This study aims to examine deepfake images, which are produced by artificial intelligence and are often difficult to distinguish from reality, within the framework of the concept of synthetic reality. Constructed based on Jean Baudrillard's Theory of Simulation and Masahiro Mori's Uncanny Valley concept, the research analyzed nine synthetic visual works published in digital media between 2021 and 2025 using content analysis as a qualitative research method. The analysis, conducted within the framework of themes such as the challenges to the perception of reality, manipulation, ethical and moral issues, trust and credibility, visual persuasion strategies, and the uncanny feeling, demonstrates that the boundaries between the real and the artificial are becoming increasingly blurred. The findings highlight that these contents give rise to ethical, legal, and perceptual issues in the digital environment through aesthetic intervention, emotional manipulation, and information manipulation. In conclusion, this study reveals that AI-generated content has profound effects on the technological, sociocultural, ethical, and psychological dimensions shaped by visual culture in the context of reality perception.

Keywords: Synthetic Reality, Artificial Intelligence, Deepfake, Reality, Social Media.

¹ Makalede Araştırma ve Yayın Etiği'ne uyulmuştur.

EXTENDED ABSTRACT

In 2020, the most advanced artificial intelligence application, at the time ChatGPT-3, was released. Following this milestone, there has been an rapid increase explosion in the use, development, and investment in artificial intelligence. The emergence of synthetic reality has sparked debates about the use of artificial intelligence and deepfakes. Reality and appearance have evolved into a “post-truth.” This situation is not a reflection of the subconscious; it is a consciously directed and materially or spiritually motivated process of satisfaction. In virtual experiences, individuals may act knowing that what they see is fictional; however, in synthetic reality, deepfake content supported by artificial intelligence demands that viewers accept it as “real” unconditionally. At this point, fiction, even if not explicitly stated, gradually becomes a reality in its own right. Deepfake content that manipulates the perception of reality can have negative effects not only on recipients but also on content producers. Today, experts point out that such technological productions, defined as synthetic reality or deepfakes or manipulation, challenge society's perception of reality; however, there are no generally accepted ethical, legal, or social frameworks to regulate, limit, or control these technologies. The purpose of this article is to examine how content produced by artificial intelligence, which is increasingly widespread and often difficult to distinguish from reality, is perceived, presented, and interpreted at the individual and societal levels within the framework of the concept of synthetic reality. The study critically discusses the ways in which such artificial and technological content is presented as “real” through visuals, aiming to draw attention to potential risks, especially for vulnerable individuals and communities. This study is structured using the content analysis approach within qualitative research methods. In this context, the study examines AI-supported synthetic content (e.g., deepfake videos, AI-generated images) published in digital media environments from 2021 to 2025. Nine visual content samples selected for the study were analyzed in terms of their representational forms, reality constructs, and the ethical debates they contain. During the analysis process, the content was examined within the framework of six themes identified as “Challenges to the Perception of Reality, Manipulation, Ethical and Moral Issues, Trust and Credibility, Visual Persuasion Strategies, and Uncanny Feeling.” The concepts that emerged during the coding process based on these themes include the illusion of reality, the concealment of artificiality, informational manipulation, emotional manipulation, the need for verification, aesthetic intervention, perceptual uncertainty, and the transformation into visual propaganda. This analysis shows that the boundaries between the real and the artificial are blurring. This situation threatens not only the individual's perception of reality but also trust and verification mechanisms at the societal level. The analyses attempt to provide a framework for how synthetic productions operate not only on an aesthetic level but also in the context of social discourse and cognitive biases. The findings reveal that synthetic content generates ethical, legal, and perceptual issues in digital environments through aesthetic intervention, emotional manipulation, and informational manipulation. In conclusion, this study shows that AI-generated content in visual culture has profound effects not only on a technological dimensions but also on sociocultural and psychological levels. In this context, future research should address the impact of artificial content on visual culture as well as its individual and societal consequences through interdisciplinary approaches.

1. Giriş

Gerçeklik ve suret, günümüzde gerçek ötesine evrilmiştir. Bu bağlamda yaşanan durum bilinçaltının yansıması değil; bilinçli biçimde yönlendirilmiş ve maddi ya da manevi motivasyonlarla şekillendirilmiş bir tatmin sürecidir. Sanal deneyimlerde birey, gördüğünün kurgu olduğunu bilerek hareket edebilirken; sentetik gerçeklikte yapay zekâ destekli derin sahte içerikler, izleyiciden koşulsuz olarak “gerçek” kabul edilmesini talep eder. Bu noktada kurgu, açıkça belirtilmese de zamanla kendi başına bir gerçeklik hâline gelmektedir. Sayısal çağın görsel kültüründe gerçek ile yapay arasındaki sınırlar giderek belirsizleşmektedir.

2014 yılında yazılım mühendisi Philip Wang'ın thispersondoesnotexist.com sitesi, Ian Goodfellow'ın yapay zekâ alt yapısıyla NVIDIA araştırmalarını kullanarak gerçekte var olmayan ama gerçekçi insan portreleri yayınlamaya başlamıştır (Singh, 2022). Geliştiricilere göre, yakın gelecekte makine tarafından oluşturulmuş görüntüler ile gerçek insan görüntülerini birbirinden ayırt etmek mümkün olmayacaktır. Gerçek ötesi olarak adlandırılan bu dönemde bireylerin gerçek veya yapay yani sentetiği ayırt edebilme konusundaki algısal yeteneklerinin sınırlarının zorlanabileceği öngörülebilmektedir. Sentetik görüntü üretiminin giderek yaygınlaşmasıyla birlikte dünyanın sahte ve manipüle edilmiş içeriklerle dolacağı bunun iletişim açısından büyük bir karmaşaya sebep düşünölebilmektedir.

Sentetik gerçeklik, derin sahtecilik (deepfake) ya da manipölasyon olarak adlandırılan bu teknolojik üretimler, toplumun gerçeklik algısını zorlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde sentetik gerçeklik teknolojilerini düzenleyecek, sınırlayacak veya denetleyecek genel kabul görmüş etik, yasal ya da toplumsal kurallar henüz bulunmamaktadır. Bu eksiklikler, teknolojilerin yanlış kullanımı durumunda gizlilik, ulusal güvenlik ve bireysel güvenlik açısından ciddi riskler oluşturması nedeniyle endişe vericidir. Sentetik gerçeklik manipölasyonlarında; kullanılan üretim süreci, makine öğrenimi altyapısı ve veri seçimi gibi unsurlar arasında çeşitli ödüneşimler bulunmaktadır. Bu çoğu zaman görünmeyen tercihler, içeriğin inandırıcılığını etkiler ve üreticilere manipölasyonu nasıl ve ne zaman kullanacakları konusunda geniş bir karar yetkisi tanımaktadır (Sloot ve Wagenveld, 2022).

Bu araştırmada; gerçek, gerçeklik, algı, sentetik gerçeklik, yapay zekâ ve derin sahte kavramları tarihsel, kavramsal ve teknolojik boyutlarıyla ele alınmış ve söz konusu kavramların güncel yaşamdaki yansımaları, yapay zekâ tarafından üretilmiş görseller incelenmiştir. Görsel içerik analizi kapsamında seçilen dokuz sentetik görsel, belirlenen temalar ve kodlar doğrultusunda çözümlenmiş; elde edilen bulgular ışığında çalışmanın sonuç bölümüne ulaşılmıştır.

2. Amaç

Bu makalenin amacı, sentetik gerçeklik kavramı çerçevesinde, yapay zekâ tarafından üretilen ve çoğu zaman gerçekten ayırt edilmesi güç olan ve günümüzde giderek yaygınlaşan derin sahte görsellerin incelenmesidir. Çalışma, bu tür yapay ve teknolojik içeriklerin “gerçek” olarak sunulma biçimlerini eleştirel bir bakış açısıyla tartışmakta; özellikle savunmasız bireyler ve topluluklar açısından ortaya çıkabilecek sorunlara dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yaklaşımıyla yapılandırılmıştır. Rose’a göre içerik analizi, görsel imgeleri anlamlandırmak amacıyla geliştirilmiş bir analiz yöntemidir. Bu yöntemde güvenilirlik, çok sayıda imajın seçilmesi, kategorilere göre kodlanması ve analiz sürecinin belirli kural ve prosedürlere dayanmasına bağlıdır. Rose, içerik analizini imajları bulmak, kodlama için kategoriler oluşturmak, imajları kodlamak ve sonuçları analiz etmek olarak dört temel adımda açıklamaktadır (Rose, 2023, s. 116–130). Bu doğrultuda çalışmada, 2021 yılından başlayarak ağırlıklı olarak 2025 yılına kadar olan dönemde sayısal medya ortamlarında yayımlanmış yapay zekâ destekli sentetik içerikler (örneğin deepfake videolar, yapay zekâ ile üretilmiş görseller) incelenmiştir. Araştırmada örneklem olarak seçilen dokuz görsel içerik, temsil biçimleri, gerçeklik kurguları, içerdiği etik tartışmalar ve sosyal medya yorumları bağlamında çözümlenmiştir. Analiz sürecinde içerikler “Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Etik ve Ahlak Sorunlar, Güven ve İnandırıcılık, Görsel İkna Stratejileri ve Tekinsizlik Hissi” olarak belirlenen altı tema çerçevesinde incelenmiştir. Bu temalar doğrultusunda yapılan kodlama sürecinde öne çıkan kavramlar arasında gerçeklik illüzyonu, yapaylığın gizlenmesi, bilgi manipülasyonu, duygusal yönlendirme, doğrulama ihtiyacı, estetik müdahale, algısal belirsizlik ve görsel propaganda dönüşüm gibi öğeler yer almaktadır.

4. Gerçeklik

Algı, duyuşal verilerin zihinde organize edilerek anlamlandırılma sürecidir (Schacter vd., 2016). Duyuşal algılama bireysel olsa da psikolojik ve sosyal etkilerle yönlendirilebilir. Bu durum algının çarpıtılabilir, aldatılabilir ve manipüle edilebilir olduğunu göstermektedir. Ancak bu çarpıtma durumu aynı zamanda birey için yeni bir gerçeklik deneyimi de yaratabilir.

Gerçeklik, bireysel algılar ve toplumsal etkileşimler yoluyla inşa edilen öznel bir süreçtir (Tang, 2021). Bu sürece aracı iletişim kadar, teknolojik araçların da yön verdiği görülmektedir. Yapay zekâ, sanal gerçeklik ve video oyunları gibi medyalar, bireylerin gerçeklik algılarını dönüştürerek, zaman zaman kopma, kaçış ve yabancılaşma deneyimlerini tetikleyebilmektedir (Palma Stade, 2021). Algısal gerçeklik; bireyin rasyonel yapısına rağmen, duyuşal önyargılar ve manipülatif içeriklerle kolayca çarpıtılabilmektedir (Baker, 2024). Sentetik gerçeklik ve derin sahte içeriklerin yaygınlaşması, gerçek ile kurgu arasındaki ayrımın muğlaklaşmasına yol açmakta; bu da kamuoyunun doğrulanmış bilgilere yönelik ihtiyacını artırmaktadır. Gerçek ötesi çağda, nesnel verilerin duyuşal anlatılar karşısında etkisiz kalması, toplumsal gerçekliğin yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır (Dorosh vd., 2022).

Taoist filozof Zhuangzi’nin anlattığına göre, Zhuang Zhou bir gece rüyasında bir kelebek olduğunu görür; özgürce uçar, mutludur ve kendisinin Zhou olduğunu farkında değildir. Uyandığında ise açıkça insan olduğunu fark eder. Ancak bu kez, rüyasında kelebek olduğunu gören Zhou mu, yoksa rüyasında Zhou olduğunu gören bir kelebek mi olduğundan emin olamaz. Zhuangzi bu durumu “maddeleşme” ile açıklar; dönüşüm, gerçeklik ile yanılama arasındaki bilincin değişimidir. Rüya ile uyanıklık arasındaki geçiş, benliğin şeyler arasındaki farkı fark etme sürecine işaret eder (Chen, 2019). Gerçeklik deneyimlerine birey kendi rızasıyla dahil olduğundan bunların gerçek olmadığının bilincindedir. Bu nedenle gerçeklik deneyimleri gerçek değil sanaldır.

5. Sentetik Gerçeklik

Algının yükseltilmesi, genişletilmesi veya kurgulanması yoluyla yeni gerçeklikler yaratılmaktadır. Sentetik gerçeklik, birey ve sanal arasında bir deneyimdir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin sürekli evrimi ve yeniliği ile sayısal ve gerçek dünyalar bütünleşmekte ve sürekli genişlemektedir (Abhishek, 2020). Sanal gerçeklik (VR) veya artırılmış gerçeklik (AR) olarak da bilinebilen sentetik gerçeklik, sayısal teknolojiler kullanılarak yapay ortamların oluşturulması veya fiziksel dünyanın artırılması anlamına gelmektedir. Bu teknolojiler, gerçek ile sanal arasındaki çizgileri bulanıklaştırabilen son derece gerçekçi ve sürükleyici deneyimlerin üretilmesini sağlar. Derin sahte ise, gerçekte hiç gerçekleşmemiş olayları veya kişileri tasvir eden gerçekçi görünümlü videolar, görüntüler veya sesler üretmek için yapay zekâ ve özellikle de derin öğrenme algoritmaları kullanılarak oluşturulan bir tür sentetik medyadır (Mirsky ve Lee, 2021). Sentetik gerçeklikle ilgili birçok sorun, derin sahteler oluşturma teknolojisinin kullanılmasıyla ilgilidir. Derin sahteler, sentetik gerçekliğin tek türü olmamasına rağmen, gerçek olmayanı insanlara gerçek olduğuna inandırma yeteneğine sahiptir. Teknolojisinin hızlı gelişimiyle basit derin sahtelerin inandırıcılığı azalırken, gelişmiş derin sahteler daha inandırıcı olmaktadır. Adli bilimlerin tüm derin sahteciliği belirlemesiye mümkün gözükmemektedir. Bu teknoloji, reklamcılık, pazarlama, eğlence, oyun, eğitim ve prototiplemedeki iyi niyetli uygulamalardan, çocuk istismarı, cinsel kölelik, şantaj, seçim manipülasyonu ve savaş propagandasına kadar uzanabilir (Hameleers vd., 2024).

Sentetik gerçeklik bağlamında tekinsiz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Modern toplumlar, algılanan gerçekliği mutlak doğru olarak içselleştirmeye yöneltilirken, sayısal teknolojiler bu algıyı yeniden üretip dönüştürerek gerçek ile kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır. Baudrillard'ın tanımladığı şekliyle, simülasyon süreçleri gerçekliğin yerini alarak hipergerçeklik üretmekte; böylece, temsilin temsili hâline gelen imgeler, artık herhangi bir hakikatin izini taşımamaktadır. Bu durum, görsel deneyimin yalnızca gerçekliğin değil, gerçeğin izleniminin de yitimine yol açtığını gösterir (Baudrillard, 2018, s. 13-15).

6. Yapay Zekâ

Yapay zekâ; hesaplama sistemlerinin öğrenme, ölçümleme, problem çözme, algılama ve karar verme gibi tipik olarak insan zekâsıyla ilişkili görevleri yerine getirme yeteneğidir. Bilgisayar bilimi ise, makinelerin çevrelerini algılamalarını ve tanımlanmış hedeflere ulaşma şanslarını en üst düzeye çıkaran eylemlerde bulunmak için öğrenme ve zekâyı kullanmalarını sağlayan yöntemler ve yazılımlar geliştiren ve inceleyen bir araştırma alanıdır (Russell ve Norvig, 2021, s.1-4). Yapay zekâ kavramı günümüzde sıkça tartışılrsa da insanoğlunun kendi kendine düşünebilen makineler üretme arzusu yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen en dikkat çekici örneklerden biri 1770 yılında Wolfgang von Kempelen tarafından tasarlanan "Türk" adlı sahte satranç otomatonudur. Makine düşünerek kendi kendisine hamlesini yapıyor gözükmemektedir ancak bu bir aldatmacadır ve neredeyse bir asır sürmüştür (Schaffer, 1999). Düşünerek kendi kendine hareket ettiği izlenimi vermesi, erken dönemlerde de toplumun yapay zekâ fikrine olan ilgisini ve hazır bulunuşluğunu göstermektedir. Atatürk Üniversitesi'nin 1958-1959 öğretim yılı açılışı konferansında matematikçi ve bilim insanı Ord. Prof. Dr. Arif Ark düşünen makineleri anlatmıştır. Ark, atom enerjisini, düşünen makineleri ve uzay uydularını İkinci Dünya Savaşı'nın olağanüstü üç olayı olarak belirtmiştir (Sarı, 2021, s.816). 1950 yılında İngiliz matematikçi, mantıkçı ve bilgisayar bilimcisi Alan Turing, "Hesaplama Makineleri ve Zekâ" adlı makalesinde bilgisayarın insan benzeri bir zekâ sergileyip sergileyemeyeceğini belirlemek için geliştirdiği bir yöntem olan Turing Testini sunmuştur. Testte, bir insan değerlendirci, görünmeyen bir partnerle diyalog kurar ve değerlendirci makineyi insandan güvenilir bir şekilde ayırt edemezse, makinenin testi geçtiği söylenir. 2014 yılında bir yapay zekâ tarafından geçildiği bildirilene kadar Turing Testi yıllarca geçilememiştir ancak bugün gelişmiş ChatGPT gibi araçlarla test

aşılabilir (Marr, 2024, s.19). Şimdiye kadar yaratılmış insan benzeri metinler üretebilen 175 milyar parametre kullanan en büyük yapay zekâ dil modeli GPT-3, 2020 yılında OpenAI tarafından topluma sunulmuştur (Heaven, 2020). 2020 yılı kamuoyunun yapay zekâyla tanıştığı ve çıktığı yıl olarak kabul görmüştür ve böylece yaşanan yapay zekâ patlamasıyla yatırımcılar bu alana milyarlarca dolar yatırım yapmaya başlamışlardır.

7. Derin Sahte

İngilizce kökenli “deepfake” terimi Türkçe’ye “derin sahte” olarak geçmiştir. Derin sahte; bir kişiyi gerçekte yapmadığı veya söylemediği bir şeyi yapıyormuş veya söylüyormuş gibi göstermek için inandırıcı bir şekilde değiştirilmiş ve manipüle edilmiş bir görüntü veya kaydolara açıklanmaktadır (Merriam-Webster, 2025). Derin sahte, sahte içerik (genellikle video, resim, ses veya metin) üretmek için derin öğrenme yöntemlerinin uygulanmasıdır ve çoğunlukla rıza olmadan yapılan, birinin sesini, videosunu veya görüntüsünü orijinal kişiyi yansıtacak şekilde başkasına aktarmaktır. Son zamanlarda derin sahte teknolojisiyle oluşturulan içeriklerin kalitesi iyileşmekte ve gerçek içerikten ayırt edilemez hale gelmektedir. (Gamage, vd., 2022). Derin sahteler, hangi değişikliklerin yapıldığına ve neden yapıldığına göre sınıflandırılabilir. Beş ana derin sahte türü: görsel değişiklikler, ses değişiklikleri, video değişiklikleri, konuşma/ses içeriği üretimi veya kombinasyonu olarak sıralanmaktadır (Abbas ve Taeihagh, 2024). Derin sahteler genellikle mevcut medyanın manipüle edilmesini veya makine öğrenimi tabanlı yaklaşımlar kullanılarak yeni (sentetik) medyanın oluşturulmasını ifade etmektedir. En sık tartışılan derin sahte verileri; sahte yüz görüntüleri, sahte konuşma sentezleri ve hem sahte görüntüleri hem de konuşmayı içeren sahte videolarıdır. Derin sahteler üretimi genel olarak dört ana kategoriye ayrılabilir. 1) Yüz takası; iki bireyin görüntüleri arasında kimlik değişimini uygulamak. 2) Yüz canlandırma; kaynak hareketlerin ve jestleri aktarmak. 3) Konuşan yüz üretimi; karakter üretiminde metinsel içerikle senkronize doğal ağız hareketi oluşturmak. 4) Yüz niteliği düzenleme: hedef görüntünün belirli yüz özelliklerini değiştirmektir (Dehghani ve Saberi 2025).

Gerçeğin, tekrar kurgulanması yarışında sınırlar aşılmaya başlamıştır. Gerçek ve kurgu arasındaki bu sınır ihlalleri izleyiciler için olduğu kadar yaratıcılar içinde düzeltilmesi zor durumlar doğurabilmektedir. Masahiro Mori’nin 1970 yılındaki makalesinde “Tekinsiz Vadi” terimini ilk kez tanımlamıştır (Mori, 2012). Mori, robotların insan haline geldikleri süreçte, gözle görülür eksikliklerinin onları ürkütücü gösterdiği bir noktaya varana kadar daha tanıdık geldikleri hipotezini ileri sürmüştür. Bu gözlemden sonra “Tekinsiz Vadi” robot ve benzeri sistemlerin yanı sıra sinema, çizgi film ve bilgisayar tabanlı görüntülerde gözlemlenmeye başlamıştır. Buna ek olarak “Tekinsiz Vadi” olgusunun bilimsel temelli olmadığı, daha çok psikolojik temelli olduğuna da inanılmaktadır.

8. Bulgular

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle yapılandırılmıştır. Çalışma kapsamında, sentetik gerçeklik bağlamında seçilmiş toplam dokuz görsel incelenmiş; bu görseller, görselin türü, içeriği ve sunum bağlamı dikkate alınarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde veriler, önceden belirlenmiş temalar ve bu temalara bağlı kodlar aracılığıyla sistematik biçimde çözümlenmiştir. Görsellerden elde edilen veriler doğrultusunda; Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Etik ve Ahlaki Sorunlar, Güven ve İnandırıcılık, Görsel İkna ve Tekinsizlik Hissi temaları belirlenmiştir. Bu temalar çerçevesinde kodlanan kavramlar gerçeklik illüzyonu, yapaylığın gizlenmesi, bilgi manipülasyonu, duygusal yönlendirme, doğrulama ihtiyacı, algısal belirsizlik, estetik müdahale ve görsel propagandaya dönüşümü şeklindedir. Yapay zekâ ve makine öğrenimindeki modern teknikler, var olmayan insanları, canlıları, olayları ve nesneleri tasvir eden ya da olanları

çarpıtarak giderek daha gerçekçi görüntüler, videolar ve ses dosyaları oluşturmayı mümkün kılmıştır. Bu tür içerikler reklam, propaganda veya sosyal medya için üretilmektedir.

Mayıs 2025'te Google, yalnızca video oluşturmakla kalmayıp aynı zamanda görsellerle eşleşecek şekilde diyalog, ses efektleri ve ortam gürültüsü de dahil olmak üzere senkronize sesler oluşturan Veo 3'ü piyasaya sürmüştür. Sentetik videoları gerçeklerinden ayırt etmek neredeyse imkansızdır. "Ortalı çekimde yaşlı bir denizciyi kadrja alıyor; örme mavi denizci şapkası gözlerinin üzerine gölge düşürüyor, kalın gri sakalı çenesini gizliyor. Bir elinde piposunu tutmakta, piposuyla geminin küpeştesinin ötesindeki çalkantılı, gri denize doğru işaret etmektedir. - Bu okyanus bir güç, vahşi, evcilleştirilmemiş bir kudret ve her kırılan ışıqla birlikte hayranlığınızı kazanıyor." istemiyle, Veo 3'te oluşturulan sesli video gerçekçiliğiyle bu durumu kanıtlamaktadır (Görsel 1).



Görsel 1. Google VEO 3, 2025, Balıkçı Videosu / Fisherman Movie. Deep Mind. URL 1

Görsel 1'de Google Veo 3 uygulamasında üretilmiş seslendirmeli yapay videodan bir kare görülmektedir. Görselde sentetik bir karakter olan balıkçı, çevresel öğelerle birlikte gerçek bir insan gibi doğal konuşmalar yaparken sunulmuştur. İzleyicinin gerçeklik algısı bilinçli olarak zorlanmakta, yapay olanla sahici olan arasındaki sınır bulanıklaşmakta ve illüzyon yaratmaktadır. Bu durum, yalnızca teknik başarı olarak kalmamakta, aynı zamanda etik ve algısal düzeyde tartışma yaratmaktadır.

Yapay zekânın hızla yaygınlaşması, insan emeğini tehdit eden bir dönüşüme işaret etmektedir. 2023 yılında Amerika Yazarlar Birliği'nin başlattığı grev, yapay zekânın senaryo yazımı gibi yaratıcı alanlarda yazarların yerini alma ve emeğini ihlal etme riskine karşı önemli bir tepki olmuştur. Grev sonucunda, bu tür kullanımları sınırlandıran düzenlemeler kabul edilmiştir (Anguiano, 2023; Wilkinson ve Stewart, 2023). Günümüzde sabit ve hareketli görsellerin yapay zekâyla üretilerek gerçek görünümlü içeriklere dönüştürülmesi, gerçek kişilerin yerine derin sahte oyuncuların ve modellerin yerine geçebilecek sayısal üretimlerin önünü açmaktadır (Görsel 2).



Görsel 2. Beko, 2025, Teknik Servis Reklam Filmi. Instagram. URL 2

Görsel 2'de yer alan reklam filminde gerçekmiş gibi görünen yapay oyuncuların altı parmaklı olmaları gibi fiziksel kusurlar ve ses-ağız uyumsuzlukları gibi unsurlar bulunmaktadır. Bunlar ilk bakışta fark edilmese de zamanla

izleyicide huzursuzluk ve şüphe yaratmaktadır. Bu durum, izleyiciyle kurulan güven ilişkisinin bozulmasına, algıda belirsizliğe ve mesajın inandırıcılığının zayıflamasına neden olmaktadır.

Reklam; ürün ve hizmetlere dikkat çekmek için kullanılan uygulama ve tekniklerdir. Ticari reklamcılık tüketimin artırılması amaçlamaktadır. Hedef kitleden maddi kazanç elde edebilme beklentisiyle hareket eden reklam, propagandanın ayrılmaz bir parçasıdır. Propaganda; gündemi değiştirmek, kitleyi etkilemek veya ikna etmek için nesnel olmayabilen, sentez veya algıyı teşvik edebilen, gerçekleri seçili olarak sunabilen bunun karşılığında da akılcı değil duygusal bir yanıt üretilmesini hedefleyen iletişim dilidir (Hobbs, 2020). Manipüle edilmiş gerçekler için manipüle görüntüler kullanmak propagandanın yöntemlerinden biri olarak ifade edilmektedir.

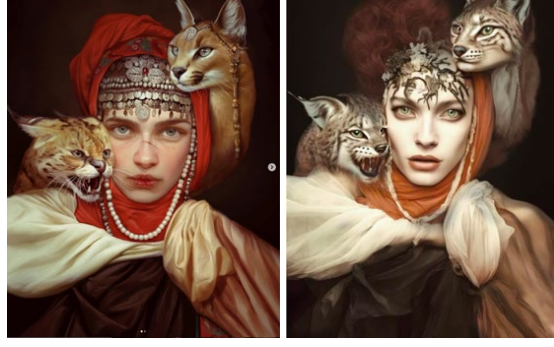
Arjantin’li Papa Francis, 88 yaşındayken 21 Nisan 2025'te vefat etmiştir (Watkins, 2025). ABD Başkanı Donald Trump (Görsel 3), 03 Mayıs tarihinde Instagram hesabından kendisini Papa olarak tasvir eden gönderi paylaşmıştır (Trump, 2025). Yapay zekâyla yaratılan görselde Trump, beyaz papalık başlığı ve kıyafetleri içinde sağ işaret parmağıyla göğü işaret etmektedir. Yeni papanın seçimi öncesinde yapılan gönderisi yazılı mesaj içermemekle beraber görüntünün kendisiyle verilmek istenen mesaj “Amerikan Papa” olarak okunabilmektedir. Görsel propaganda malzemesi olarak değerlendirilebilir niteliktedir. 07 Mayıs Çarşamba yeni papa ABD’li Robert Francis Prevost seçilmiştir ve ilk Amerikan papa olmuştur. ABD Başkanı Donald Trump kendi sosyal medya platformundan yeni papayı tebrik etmiştir ve "Ülkemiz için ne büyük bir onur" açıklamasını yapmıştır (Pınar, 2025).



Görsel 3. Donald Trump, 2025, İsimsiz / Untitled. Instagram. URL 3

Görsel 3’te Donald Trump’ın paylaşımında dini sembollerle donatılmış bir şekilde görselleştirilmesi, sosyal medya bağlamında politik ve kültürel anlamda çok katmanlı etkiler yaratmaktadır. Bu tür içerikler, algı mühendisliği ve dezenformasyonun araçsallaştırılmış örnekleridir. Bu tür görseller, gerçeklikten çok belirli bir mesaj taşımaya odaklanmış propaganda malzemeleridir.

Sanatçı Aykut Aydoğdu 24 Ocak 2021 tarihinde “aykutmaykut” isimli Instagram hesabında “Sands” (Görsel 4, sol) adlı eserini paylaşmıştır (Aydoğdu, 2021). Kendisini “patrizia_burra_photography” isimli Instagram hesabında “Profesyonel fotoğrafçı ve sayısal sanatçı. Şu anda CGI ve AI destekli sanatla deneyler yapıyor” olarak tanımlayan sanatçı Patrizia Burra’ysa 21 Kasım 2022 tarihinde Instagram hesabında Görsel 4’te sağ tarafta görülen isimsiz eserini paylaşmıştır (Burra, 2022) (Görsel 4, sağ).



Görsel 4. (Solda) Aykut Aydoğdu, 2021, Sands. Instagram. URL 4 (Sağda) Patrizia Burra. 2022, İsimsiz / Untitled. Instagram. URL 5

Görsel 4'te solda yer alan Aykut Aydoğdu'nun 2021 yılına ait eseri ve sağda Görsel 5'te yer alan Patrizia Burra'nın 2022 yılına ait "aiart" etiketi ile paylaştığı eseri incelendiğinde sanat alanında özgünlük, esinlenme ve yapay zekâ ile üretim konuları açısından dikkat çekmektedir. İki eser arasındaki benzerlik, yapay zekânın sanatsal yaratıcılığa müdahalesi ve sanatçının özne olarak rolünün dönüştürülmesini gündeme getirmektedir. Yapay zekânın sabit veri kaynaklarıyla çalışması, özgünlükten uzak, tekrarlanabilir üretimlere yol açmakta ve sanat eserleri arasındaki sınırları belirsizleştirdiği düşünülmektedir.

ChatGPT, önde gelen bir yapay zekâ araştırma laboratuvarı olan OpenAI tarafından geliştirilen büyük bir dil modelidir. Bu model, denetimsiz öğrenme adı verilen bir teknikle; kitaplar, makaleler ve web siteleri gibi geniş bir metin kaynakları üzerinden eğitilmektedir (Currie, 2023). Bu bağlamda, 26 Mart 2025 tarihinde OpenAI, ChatGPT'ye yüklenen görsellerin kullanıcı istemleri doğrultusunda yeniden üretilbildiği yeni bir görüntü oluşturma özelliğini tanıtmıştır (Gupta, 2025).

Söz konusu sürümle birlikte kullanıcılar, yükledikleri görselleri (Görsel 5, sol), Studio Ghibli (Görsel 5, orta), Muppet Realistic Style, Plushy Toy, Pixar 3D gibi çeşitli tarzlara dönüştürebilmektedir (Bruffstar, 2025). Bu gelişmenin ardından, OpenAI kurucusu Sam Altman, X platformunda şu ifadeleri paylaşmıştır: "Ben ol, On yıl boyunca kanseri tedavi etmek için süper zekâ yapmaya yardım etmeye çalış, İlk 7,5 yıl neredeyse kimse umursamasın, Sonra 2,5 yıl boyunca herkes her şey için sizden nefret etsin, Bir gün yüzlerce mesajla uyan: "Bak seni ghibli tarzı bir oğlan yaptım haha" (Altman, 2025). Bu ironik paylaşım, yapay zekâ temelli görüntü üretiminin ulaştığı yaygınlığı da göstermektedir. Ancak bu özellik, yalnızca teknik bir gelişme olarak kalmamış; aynı zamanda sanatçıların tarzlarının ve özgün eserlerinin izinsiz kopyalanması gibi fikri mülkiyet hakları zemininde tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Nitekim Studio Ghibli'nin kurucusu, animatörü ve yönetmeni olan, el işçiliğiyle tanınan Hayao Miyazaki'nin daha önce 2016 yılında yapay zekâ ile üretilmiş bir video hakkında yaptığı açıklama bu tartışmalar kapsamında yeniden gündeme gelmiştir. Miyazaki, söz konusu video sonrası şu ifadeleri kullanmıştır: "Bu şeyleri yaratan kişi acının ne olduğunu bilmiyor. Tamamen tiksiniyorum... Bunun hayatın kendisine bir hakaret olduğunu güçlü bir şekilde hissediyorum" (Evans, 2025). Bu bağlamda, Ghibli tarzında görüntü üretimi yapan yapay zekâ uygulamaları, sanatçının etik kaygılarını ve yapay zekânın yaratım sürecine olan müdahalesini de açığa çıkarmaktadır.

Uzmanlar, bireysel sanat eserlerinin telif hakkı kapsamında korunduğunu ancak belirli bir tarzın yasal olarak korunmasının zor olduğunu vurgulamaktadır (Shamsian, 2025). Bu durum, yapay zekâ destekli üretimlerin etik ve yasal boyutlarını sorgulayan yeni tartışmaları da doğurmaktadır.



Görsel 5. (Solda) *This Person Does Not Exist*, 2025, Derin Sahte Görsel. [thispersondoesnotexist](https://thispersondoesnotexist.com). URL 6. (Ortada), ChatGPT, 2025, Ghibli tarzına çevrilmiş görsel. ChatGPT. URL 7. (Sağda) Miyazaki, 2024, *Çocuk ve Balıkçıl* filminden karakter. IMDb. URL 8.

Görsel 5'te solda yer alan görsel, thispersondoesnotexist.com tarafından oluşturulmuş gerçeği olmayan bir surettir. Gerçeğini yitirmiş suretler Fransız felsefeci Jean Baudrillard tarafından ortaya konan Simülasyon Kuramında "simulakr" olarak adlandırılmıştır. Ortadaki görsel soldaki görselden üretilmiş suretin suretidir. Sanal alemde gerçekleşmiş bu deneyim hipergerçeklik yani simülasyondur. Sağdaki görsel ise Miyazaki'nin gerçek bir yaratımıdır. Bu üçlü yapı; hiç var olmamış bir kişinin görseli (Görsel 5, sol), onun stilize edilmiş hali (Görsel 5, orta) ve gerçek bir sanatçı tarafından üretilmiş bir figür (Görsel 5 sağ) üzerinden gerçeklik ve temsiliyetin katmanlı doğasını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle görseller, hipergerçeklik ve simülasyon kavramlarını somutlaştırmaktadır. Ortaya çıkan illüzyon beraberinde doğrulama ihtiyacını getirmektedir.

Ocak 2025'te Fransa'da yaşanan bir dolandırıcılık vakasında yapay zekâ destekli kimlik sahtekârlıklarının tehlikelerini gözler önüne sermiştir. Fransız televizyon programı *Sept à Huit*'te yer alan haberde, Anne adlı bir kadın Instagram'da Brad Pitt olduğunu sanarak duygusal bağ kurduğu sentetik bir persona ile iletişim kurmuş ve 1,5 yıl boyunca toplamda 830.000 avroyu Türkiye'deki bir hesaba aktarmıştır. Kurban, dolandırıcının yapay zekâ tarafından üretilmiş bir Brad Pitt taklidi olduğunu olay sonrası fark etmiştir (Mouriquand, 2025). Anne'in avukatı, dolandırıcılığın Nijerya merkezli "Yahoo Boys" adlı internet suçlularıyla bağlantılı olduğunu belirtmiş; bu grubun geçmişte romantik ve finansal temelli aldatmacalarla benzer vakalara karıştığı bilinmektedir. Olay, yapay zekâ ve derin sahte teknolojilerinin dolandırıcılık faaliyetlerinde kullanıldığını göstermektedir. Siber suç uzmanı Timothy Avele, bu teknolojilerin kötüye kullanımının siber güvenlikteki ilerlemeleri geriye götürebileceği uyarısında bulunmuştur (AFP, 2025). McAfee'nin baş editörü Brooke Seipel, yakın dönemde yaşanan olayların çevrimiçi güvenlik açıklarını gözler önüne serdiğini belirtmiş; dolandırıcıların, derin sahte ve benzeri taktiklerle ünlü kişilikleri kullanarak insanları kandırmaya devam edebileceği uyarısında bulunmuştur (Seipel, 2025).



Görsel 6. Cerfia, 2025, Brad Pitt'i hastane yatağında gösterir derin sahte görseller. X. URL 9.

Görsel 6'da Brad Pitt'e benzeyen figürler üzerinden yaratılan hastane sahneleri, izleyicide empati ve duygusal bağ kurma eğilimi oluşturmaktadır. Ancak sahicilik hissi veren bu yapı, aslında yapay bir kurgu olup duygusal manipülasyonun tipik bir örneğidir. Etik olarak sorgulanabilir bir içerik türü olarak değerlendirilebilir.

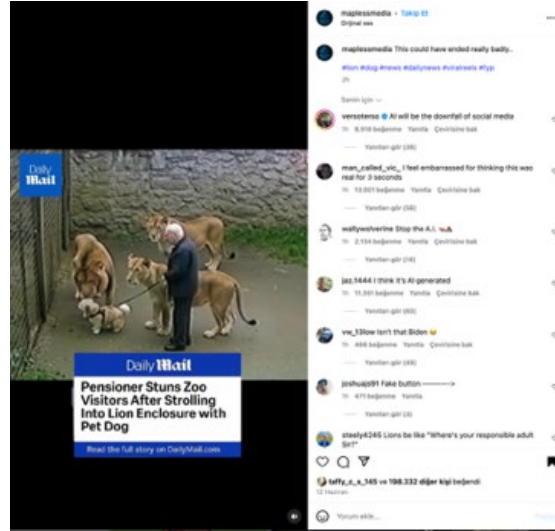
Gerçeklik algısını manipüle eden derin sahte içerikler, yalnızca alıcıları değil, içerik üreticilerini de olumsuz etkileyebilmektedir. 12 Şubat 2023'te "Coconut Kitty" adıyla bilinen içerik üreticisi Diana Deets'in intiharı, bu duruma çarpıcı bir örnek olarak kaydedilmiştir (Görsel 7). Deets'in, genç gibi görünmek için fotoğraflarını sayısal olarak düzenlemesi tepkilere neden olmuş ve depresyona girmiştir (Steinbuch, 2023). Suçlamaları reddeden Deets, Coconut Kitty personasının kendi görsellerinden türetilmiş bir sayısal sanat çalışması olduğunu ifade etmiştir (Dickson, 2021). 2023 yılında kardeşlerinin verdiği röportajda, Coconut Kitty'nin toplum tarafından genç görünmeye çalışmakla suçlandığı, görsellerini ne ölçüde düzenlediğine dair merakın damgalayıcı bir etkiye dönüştüğü ve bu sürecin onu yıldırarak intihara sürüklediği ifade edilmiştir. Sanatını savunan Deets, yarattığı karakteri anime tarzında estetik bir ifade biçimi olarak tanımlamış ve sanatta kural olmadığını vurgulamıştır (Marks, 2025). Coconut Kitty örneğinde olduğu gibi, sosyal medyada gerçeği gizleyen veya ağır biçimde manipüle eden içerik üreticileri artmaktadır. Bununla birlikte, tamamen yapay zekâ ile oluşturulmuş, sanal insan formunda fenomenler de giderek yaygınlaşmaktadır (Imam, 2020). Bu fenomenler, gerçeğin çarpıtılmasından çok, yeniden inşa edilmiş versiyonlarıdır. Modifiye edilmiş modeller artırılmış gerçekliğe, sıfırdan üretilmiş olanlarsa sanal gerçekliğe daha yakındır.



Görsel 7. Instagram Reality, 2021, Coconut Kitty personası ve Diana Deets'ten ayrıntı. Reddit. URL 10

Görsel 7’de Coconut Kitty’nin genç ve çekici sayısal personası ile gerçek kişinin farkının yarattığı illüzyon, sayısal kimlik üretiminin geldiği noktayı ve bu süreçte oluşan güven sorunlarını açıkça ortaya koymaktadır. Görsel, sanal kimliklerin nasıl sahicilikle sunulabildiğini ve bunun psikolojik etkilerini yansıtmaktadır.

12 Haziran 2025 tarihinde Instagram’da Mapless Media hesabı üzerinden yapılan video paylaşımında (Görsel 8) Daily Mail Gazetesi’nin logosuyla yanlışlıkla hayvanat bahçesinde aslan kafesine köpeğiyle giren yaşlı bir adamın zarar görmeden kurtulduğu ve soruşturma başlatıldığı anlatılmaktadır (Maplessmedia, 2025). Haber videosu başka hesaplar tarafından diğer sosyal medyalarda da paylaşılmıştır. Hesap incelendiğinde yapay zekâyla derin sahte asparagas haberlerin üretildiği gazeteyle ilgisi olmayan bir hesap olduğu anlaşılabilmektedir. Videoyu gerçek sanarak yorum yapanlar olduğu gibi “Versoterso” hesabının “Yapay zekâ sosyal medyanın çöküşüne neden olacak ve “man_called_vic” hesabının “3 saniyeliliğine bunun gerçek olduğunu düşündüğüm için utaniyorum” yorumları binlerce beğeni almıştır. Böylece, derin sahte ile gerçeği ayırt etmenin giderek zorlaştığı ve sosyal medyanın bu tür içeriklerle kuşatılma riski taşıdığı ortaya konmuştur.

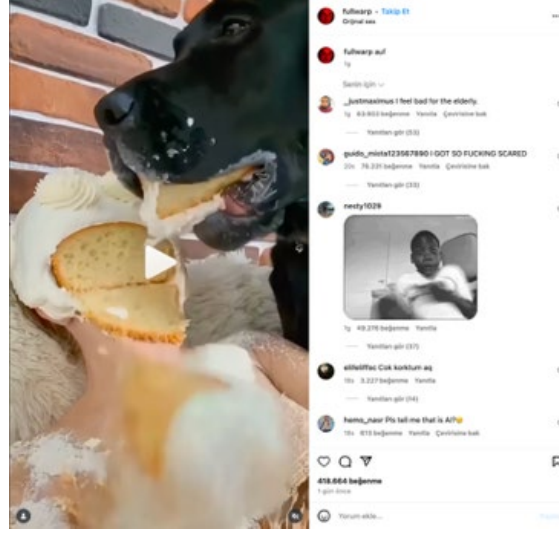


Görsel 8. Mapless Media, 2025, Aslan kafesinde köpekli yaşlı adam derin sahte videosundan ekran görüntüsü. Instagram.

URL 11

Görsel 8’de aslan kafesine giren yaşlı adam sahnesi, güvenlik kamerası estetiğiyle sunularak gerçeklik izlenimi yaratmaktadır. Ancak görselin yapaylığı, izleyicinin hem güvenlik hem de olayın doğruluğu konusunda sorgulamasına neden olmaktadır. Görsel, manipülatif ve dikkat çekmeye yönelik bir yapı sergilemektedir.

07 Temmuz 2025 tarihinde Instagram’da Fullwarp adlı hesabın ilk gününde 418bin beğeni alan “Auf” isimli paylaşımında (Fullwarp, 2025), büyük bir köpek kendisiyle şakalaşan sahibinin yüzünü aniden ısırarak, sahibinin kafası pastaya dönüşmekte ve hayvan yemeye devam etmektedir (Görsel 9). İzleyicilerin yorumlarının rahatsız buldukları video kalıplaşmış gerçeklik algıları zorlayan derin sahtenin tekinsizliğin sınırlarında dolaşan yaratımlara örnek oluşturmaktadır. Sakin başlayan şakalaşmanın bir hayvanın saldırısına dönüşen gerçek ötesi video, görselin gerçek gibi sunulması, gerçeklik illüzyonu yaratma, duygusal manipülasyon (korku) ve sonunda görsel şiddete duyarsızlık temalarına örnek olmaktadır. Gerçek gibi bir olayın tekinsiz şekilde sonlanması yeni görsellerin algısında belirsizlik ve şüphe yaratmaktadır.



Görsel 9. Fullwarp, 2025, Auf isimli derin sahte videodan ekran görüntüsü. Instagram. URL 12

Görsel 9’da köpeğin insan başı ve pastayla etkileştiği sahne, tekinsizlik ve algısal rahatsızlık yaratan içerik türlerinden birine örnek teşkil etmektedir. Gerçekçilik öğeleriyle donatılmış olsa da içerik hem fiziksel hem kavramsal olarak rahatsız edicidir. Derin sahte videolar içerisinde sınırların zorladığı örneklerden biridir. Sosyal ağlar üzerinde yukarıda belirtilen örnekler gibi binlercesine ulaşmak mümkün olduğu gibi bazıları örnekler kendini saklama konusunda da oldukça başarılıdır. Bu noktada kullanıcının sadece görsel özellikle yanında hesabın içeriğini incelemesi, hesabı internet tabanında aratması ve benzeri yollar geliştirmesi yani medya okuryazarlığı önemlidir. Örneğin, Instagram’da Uganda kaynaklı bir hesapta burun anomalisine sahip siyahi bir çocuk adına bağış istenmekte, ancak görsellerde çocuğun fiziksel özelliklerinin her gönderide değiştiği ve bağışla ilgili herhangi bir resmi kuruma ulaşılamadığı görülmektedir. Bir diğer örnekteyse Spotify ortamında aylardır yüksek dinlemelere ulaşmış müzik grubunun bütün görsellerinin yanı sıra söz ve müziğinin de yapay zekâ tarafından yaratıldığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 1’de çalışma kapsamında analiz edilen dokuz sentetik görsele ait içerik analizi sonuçları, temalar ve kodlar doğrultusunda yapılandırılmıştır. Bulgular bireylerin görsel içerikleri algılamasında yapay ve gerçek arasındaki sınırların bulanıklaştığını ve bu durumun algısal, etik ve duygusal düzeyde çeşitli sorunlara yol açtığını ortaya koymaktadır. Analizler günümüz sayısal kültüründe gerçeği temsil eden imgelerin, artık kendiliğinden gerçeklikle olan bağlarını yitirerek simülasyonlara dönüştüğünü göstermektedir. Bu durum yalnızca bireyin gerçek algısını değil, toplumsal düzeyde etik, güven ve doğrulama mekanizmalarını da tehdit etmektedir. Tablodaki çözümlemeler, sentetik üretimlerin sadece estetik düzlemde değil, aynı zamanda toplumsal söylem ve bilişsel yanılgılar bağlamında da nasıl işlediğine dair bir çerçeve sunmaya çalışmaktadır.

Görsel	Görsel Tanımı	Temalar	Kodlar	Kısa Yorum
1	Sentetik balıkçının konuştuğu video.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Görsel İkna Stratejileri	Gerçeklik illüzyonu, Yapaylığın gizlenmesi.	İzleyicide gerçeklik algısını zorlayan sahici bir yapay karakter sunumu.
2	Altı parmaklı yapay oyuncuların yer aldığı reklam filmi.	Görsel İkna Stratejileri, Gerçeklik Algısının Zorlanması, Tekinsizlik Hissi	Gerçeklik illüzyonu, Algısal belirsizlik.	Anatomik ve senkron hataları izleyicide şüphe ve rahatsızlık yaratıyor.
3	Donald Trump'ın papa kıyafetleri içinde sosyal medya paylaşımı görseli.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Görsel İkna Stratejileri, Etik ve Ahlaki Sorunlar	Bilgi manipülasyonu, Duygusal yönlendirme, Estetik müdahale, Görsel propagandaya dönüşüm.	Siyasi ve dini temsillerin manipülatif kullanımıyla gerçeklik çarpıtılıyor.
4	Sanatçı Aykut Aydoğdu ve Patrizia Burra'nın benzer yapay görselleri.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Etik ve Ahlaki Sorunlar, Tekinsizlik Hissi	Yapaylığın gizlenmesi, Doğrulama ihtiyacı, Algısal belirsizlik,	Sanatta esinlenme ve yapay üretim tartışmalarını tetikleyen örnekler.
5	ThisPersonDoesNotExist portresi, ChatGPT stilizasyonu ve Miyazaki'nin özgün eseri.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Tekinsizlik Hissi, Görsel İkna Stratejileri	Gerçeklik illüzyonu, Doğrulama ihtiyacı.	Hipergerçeklik ve simülasyon kavramlarının görselleştiği katmanlı yapı.
6	Brad Pitt'e benzeyen sahte hastane sahnelerinden kolaj.	Manipülasyon, Güven ve İnanırcılık, Etik ve Ahlaki Sorunlar	Gerçeklik illüzyonu, Yapaylığın gizlenmesi, Duygusal yönlendirme, Algısal belirsizlik	Ünlü figür üzerinden sahte duygusal bağ kurularak güven istismarı amaçlanmış.
7	Coconut Kitty (Diana Deets) – gençleştirilmiş sentetik persona.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Güven ve İnanırcılık, Etik ve Ahlaki Sorunlar	Gerçeklik illüzyonu, Yapaylığın gizlenmesi, Bilgi manipülasyonu, Duygusal yönlendirme, Estetik müdahale.	Sosyal medya kimliklerinin sayısal olarak yeniden yaratılması, etik ve güven krizine yol açıyor.
8	Yaşlı adamın köpeğiyle aslan kafesine girdiği gösteren sahte haber stili video	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Güven ve İnanırcılık	Gerçeklik illüzyonu, Yapaylığın gizlenmesi, Bilgi manipülasyonu, Duygusal yönlendirme Doğrulama ihtiyacı.	Sahte haber estetiğiyle sunulan video, merak ve endişe yaratıyor.
9	Köpeğin insan başını pasta gibi yediği derin sahte video.	Gerçeklik Algısının Zorlanması, Manipülasyon, Tekinsizlik Hissi,	Gerçeklik illüzyonu, Yapaylığın gizlenmesi, Bilgi manipülasyonu, Doğrulama ihtiyacı.	Şok etkisi yaratan içerik, estetik dışı yollarla dikkat çekme ve rahatsızlık üretme amacı taşıyor.

Görsel 10. Yapay Zekâ Üretimli ve Manipülatif Medya Örneklerinin Tematik Analizi. 2025. Kişisel Arşiv.

10. Sonuç

Gerçek ve suret ölmüştür. Suretin sureti yani simulakr doğmuştur. Simulakrların doğuşu hipergerçekliktir. Hipergerçeklik sanal mecrada ileri bir evren yaratmıştır. Sentetik gerçeklik, bu evrenin simülasyon yoluyla inşa edilmiş bir biçimdir. Gerçek ve suret yerlerini gerçek ötesine bırakmıştır. Gerçeküstüde olduğu gibi gerçekçi bir yaklaşımla karşılaşılsa da bu defa konu bilinçaltının yansıması değil tatmini veya yönlendirilmesidir. Yaratıcısının bu tatmini ve yönlendirmesi maddi ve manevi kaynaklıdır. Sanallık sürecinde deneyim ne kadar kusursuz ve üst düzey olsa da bireyin bilinci algıladığının gerçek olduğuna inanmasına izin vermemektedir. Bunun nedeniyse bireyin bu deneyime kendi isteğiyle başlamasıdır. Oysa sentetik gerçeklik içinde yapay zekâ destekli derin sahte deneyiminde durum bu şekilde değildir. Bireyden ve toplumdan gerçek olarak sunulan görsele koşulsuz şekilde inanması beklenmektedir. Diğer bir söyleyişle aldatmacaya inanması istenir. Bu nedenle, aldatmacanın doğası gereği, kurgunun gerçek olmadığı açıkça belirtilmemektedir. Ancak bu kurgu, artık kendi başına bir gerçeklik hâline gelmiştir. Bu çalışmada, sayısal medya ortamında yapay zekâ tarafından üretilen sentetik içeriklerin bireylerin gerçeklik algısı üzerindeki etkileri görsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Ele alınan örnekler, yalnızca görsel estetikle sınırlı olmayan; etik, sosyal ve psikolojik katmanlar içeren çok boyutlu bir gerçeklik dönüşümüne işaret etmektedir. Jean Baudrillard'a (2018) göre simülakr ve hipergerçeklik kuramı doğrultusunda, yapay olarak üretilmiş yüzlerin, sahte videoların ve sanal kişiliklerin artık yalnızca gerçeği taklit etmediği, aksine onun yerini almaya başladığı gözlemlenmiştir. Yapılan tematik analiz, derin sahte videolardan sanal influencerlara, yapay portrelerden manipüle edilmiş sosyal medya olaylarına kadar uzanan geniş bir yelpazede, estetikleştirme, tekinsizlik hissi, etik belirsizlik, güven zedelenmesi ve gerçeklik illüzyonu gibi ortak temaların belirgin şekilde ortaya çıktığını göstermektedir. Bu bağlamda, bireylerin medya içeriklerini sorgulama yetisi, yalnızca görsel okuryazarlıkla değil, aynı zamanda etik, teknolojik ve psikolojik farkındalıkla da ilişkili hâle gelmiştir.

İnternetin ilk dönemlerinde kullanıcılar, bu yeni teknolojiyi nasıl kullanacakları konusunda net bir bilgiye sahip değildi. E-posta sistemi başlangıçta haberleşme amacıyla geliştirilmiş olsa daha çok eğlence amacıyla kullanılmaya başlamıştır. Müzik, sinema ve kitaplar da sayısal ortama taşınarak kullanıcılar arasında yaygın biçimde paylaşılr hâle gelmişti. Bu tür kullanım biçimleri, zamanla gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, uygulamaların geliştirilmesi ve sosyal medya platformlarının oluşmasıyla birlikte yerini daha yapılandırılmış sayısal etkileşim biçimlerine bırakmıştır. Günümüzde, yapay zekâ ve derin sahte teknolojilerinin kullanımı da ağırlıklı olarak eğlence amaçlı sürmektedir. OpenAI'nın kurucusu Sam Altman da bu gelişmelerin kontrolsüz yönlerine dikkat çekerek kaygı duyduğunu ifade etmiştir. Tarih boyunca buluşların beraberindeki düzenlemelerin sonradan ortaya çıktığı gibi yapay zekâ ve uygulamaları için de benzer bir sürecin yaşanacağı öngörülebilmektedir. 2025 yılında sayısal platformlar, yapay zekâ üretimi içeriklere karşı düzenleyici adımlar atmaya başlamıştır. YouTube, 15 Temmuz 2025'te yaptığı açıklamada, "özgün olmayan içeriğin neye benzediğini daha iyi yansıtmak" amacıyla para kazanma politikalarını güncellediğini duyurmuş ve bu değişiklik, yapay zekâ ile üretilmiş içeriklerin dışlanacağı şeklinde yorumlanmıştır (YouTube, 2025). Diğer yandan Danimarka hükümeti, bireylerin "kendi bedeni, yüz özellikleri ve sesine sahip olma hakkını güvence altına almak" amacıyla telif yasasında değişikliğe giderek, derin sahte içeriklere karşı yasal yaptırımlar getirmeyi planladığını belirtmiştir (Bryant, 2025). Bu gelişmeler hem platform düzeyinde hem de ulusal ölçekte yapay içeriklere karşı etik ve yasal sınırların yeniden şekillendiğini göstermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, gerçeklik algısı bağlamında yapay zekâ üretilen içeriklerin, görsel kültür üzerinden şekillenen teknolojik, sosyokültürel, etik ve psikolojik boyutlarda da derin etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda gelecekte yapılacak araştırmalarda, yapay içeriklerin görsel kültür üzerindeki etkisinin yanı sıra,

bireysel ve toplumsal düzeydeki sonuçlarının da disiplinler arası yaklaşımlarla daha kapsamlı biçimde ele alınması önerilir.

Kaynakça

Abbas, F., ve Taeihagh, A. (2024). Unmasking deepfakes: A systematic review of deepfake detection and generation techniques using artificial intelligence. *Expert Systems with Applications*, 252(Part B), 124260. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2024.124260>

Abhishek, N. (2020, 8 Ağustos). *Synthetic reality: The future ahead*. LinkedIn.

AFP. (2025, 21 Haziran). *Nigerian scammers accused in AI-driven fake Brad Pitt fraud*. France <https://www.france24.com/en/live-news/20250121-nigerian-scammers-accused-in-ai-driven-fake-brad-pitt-fraud>

Altman, S. (2025). *Be me*. [Tweet]. X. <https://x.com/sama>

Anguiano, D. (2023, 26 Eylül). *Hollywood writers agree to end five-month strike after new studio deal*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/culture/2023/sep/26/hollywood-writers-strike-ends-studio-deal>

Aydoğdu, A. (2024, 24 Ocak). *Sands*. Instagram. <https://www.instagram.com/aykutmaykut/>

Baker, M. A. (2024). *Perception and perspective*. Tredition.

Baudrillard, J. (2018). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.). *Doğu-Batı Yayınları*.

Bruffstar. (2025, 3 Temmuz). *The ultimate list of prompts to style images using ChatGPT* [Tweet]. X. <https://x.com/bruffstar/status/1906522292743553249>

Bryant, M. (2025, 27 Haziran). *Denmark to tackle deepfakes by giving people copyright to their own features*. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2025/jun/27/deepfakes-denmark-copyright-law-artificial-intelligence>

Burra, P. (2022, 21 Kasım). *İsimsiz*. Instagram. https://www.instagram.com/p/CIOBUluooh9/?utm_source

Chen, J. (2019). *Zhuangzi and his butterfly dream: The etymology of meng* 夢. The China Story. <https://www.thechinastory.org/yearbooks/yearbook-2019-china-dreams/forum-illusions-and-transformations-the-many-meanings-of-meng-%E5%A4%A2/zhuangzi-and-his-butterfly-dream-the-etymology-of-meng-%E5%A4%A2/>

Currie, G. M. (2023). *Academic integrity and artificial intelligence: Is ChatGPT hype, hero or heresy? Seminars in Nuclear Medicine*, 53(5), 719–730. <https://doi.org/10.1053/j.semnuclmed.2023.02.004>

Dehghani, A., Saberi, H. (2025). *Generating and detecting various types of fake image and audio content: A review of modern deep learning technologies and tools*. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2501.06227>

Dickson, E. (2021, 12 Ağustos). *An OnlyFans creator was accused of 'pedobaiting.' The real story is more complex.* Rolling Stone. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/coconutkitty143-diana-deets-onlyfans-instagram-pedobaiting-1193123/>

Dorosh, L., Astramowicz-Leyk, T., Trchyn, Y. (2022). *The impact of post-truth politics as a hybrid information influence on the status of international and national security: The attributes of interpretation and the search for counteraction mechanisms.* European Politics and Society, 23(3), 340–363. <https://doi.org/10.1080/23745118.2021.1880604>

Evans, G. (2025, 15 Ocak). *Hayao Miyazaki's 'disgusted' thoughts on AI resurface following Studio Ghibli trend.* The Independent. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/hayao-miyazaki-studio-ghibli-ai-trend-b2723358.html>

Fullwarp. (2025, 7 Temmuz). *Auf.* Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DLzc3WMBHdC/>

Gamage, D., Ghasiya, P., Bonagiri, V., Whiting, M. E. ve Sasahara, K. (2022). *Are deepfakes concerning? Analyzing conversations of deepfakes on Reddit and exploring societal implications.* CHI '22: Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (Article 103). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3491102.3517446>

Gupta, S. (2025, 3 Temmuz). *What is the Studio Ghibli style? Everything about Open AI's ChatGPT's new feature.* Soap Central. <https://www.soapcentral.com/pop-culture/news-what-studio-ghibli-style-everything-open-ai-s-chat-gpt-s-new-feature>

Hameleers, M., van der Meer, T. G. ve Dobber, T. (2024). *They would never say anything like this! Reasons to doubt political deepfakes.* European Journal of Communication, 39(1), 56–70. <https://doi.org/10.1177/02673231231184703>

Heaven, W. D. (2020, 20 Temmuz). *OpenAI's new language generator GPT-3 is shockingly good—and completely mindless.* MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2020/07/20/1005454/openai-machine-learning-language-generator-gpt-3-nlp/>

Hobbs, R. (2020). *Mind over media: Propaganda education for a digital age.* Norton.

Imam, S. (2020). *Exploring top virtual influencers' very first posts.* VirtualHumans. <https://www.virtualhumans.org/article/exploring-top-virtual-influencers-very-first-post>

Maplessmedia. (2025). *This could have ended really badly...* Instagram. https://www.instagram.com/reel/DKyO3UUIkkq/?utm_source=ig_web_copy_link

Marks, A. (2025, 28 Şubat). *Hidden struggle: Family remembers OnlyFans model Coconut Kitty as 'badass artist,' 'rockstar mom'.* Rolling Stone. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/coconut-kitty-suicide-confirmed-family-remembers-1234687665/>

Marr, B. (2024). *Extended reality in practice: 100+ amazing ways virtual, augmented and mixed reality are changing business and society.* John Wiley & Sons.

- Deepfake. (2025). *Merriam-Webster*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/deepfake>
- Mirsky, Y., Lee, W. (2021). *The creation and detection of deepfakes*. *ACM Computing Surveys*, 54(1), 1–41. <https://doi.org/10.1145/3425780>
- Mori, M. (2012). *The uncanny valley [From the field]*. *IEEE Robotics & Automation Magazine*, 19(2), 98–100. <https://doi.org/10.1109/MRA.2012.2192811>
- Mouriquand, D. (2025, 15 Ocak). *Viral scam: French woman duped by AI Brad Pitt love scheme faces cyberbullying*. Euronews. <https://www.euronews.com/culture/2025/01/15/viral-scam-french-woman-duped-by-ai-brad-pitt-love-scheme-faces-cyberbullying>
- Pinar, Ö. (2025, 22 Nisan). *Yeni papa ABD’li Kardinal Robert Francis Prevost oldu*. *BBC News Türkçe*, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cm2e2lg2jr8o>
- Rose, G. (2023). *Görsel metodoloji* (G. Akgülçil, Çev.). İnkılap Kitabevi.
- Russell, S. J., Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Sarı, F. (2021). Cahit Arf’in “Makine düşünebilir mi ve nasıl düşünebilir?” adlı makalesi üzerine bir çalışma. *TRT Akademi*, 6(13), 812–833. <https://doi.org/10.37679/trta.962940>
- Schacter, D., Gilbert, D., Wegner, D., Hood, B. (2016). Sensation and perception. In *Psychology* (pp. 130–179). https://doi.org/10.1007/978-1-137-40673-6_4
- Schaffer, S. (1999). Enlightened automata. In L. Clark, J. Golinski, & S. Schaffer (Eds.), *The sciences in enlightened Europe* (pp. 126–165). The University of Chicago Press.
- Seipel, B. (2025, 23 Ocak). *Breaking down the Brad Pitt scam: How it happened and what we can learn*. McAfee Blog. <https://www.mcafee.com/blogs/internet-security/brad-pitt-romance-scam-explained-how-to-prevent-scams/>
- Shamsian, J. (2025, 3 Nisan). Studio Ghibli has few legal options to stop OpenAI from ripping off its style. *Business Insider*. Retrieved July 4, 2025, from <https://www.businessinsider.com/studio-ghibli-openai-chatgpt-image-feature-copyright-law-2025-3>
- Singh, D. N. (2022, 20 Mayıs). *ThisPersonDoesNotExist(.com)*. *Medium*. Retrieved July 4, 2025, from <https://medium.com/@D.N.S/thispersondoesnotexist-com-42767d242d0>
- Sloot, B. van der, Wagenveld, Y. (2022). Deepfakes: Regulatory challenges for the synthetic society. *Computer Law & Security Review*, 46, 105716. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2022.105716>
- Palma Stade, T. (2021). *Hands-off interactive storytelling in cinematic virtual reality* [Doctoral dissertation, University of York]. *White Rose eTheses Online*. <https://etheses.whiterose.ac.uk/id/eprint/30738/>
- Steinbuch, Y. (2023, 20 Şubat). *Diana Deets, ‘Coconut Kitty’ olarak bilinen tartışmalı OnlyFans modeli öldü*. *New York Post*. <https://nypost.com/2023/02/20/diana-deets-controversial-onlyfans-model-known-as-coconut-kitty-dies/>

Tang, S. (2021). *How the media shape public perceptions of China: A network agenda-setting analysis* [Doctoral dissertation, Indiana University]. *ProQuest Dissertations and Theses Global*.

Trump, D. (2025, 3 Mayıs). *Profile*. Instagram, <https://www.instagram.com/realdonaldtrump/>

Watkins, D. (2025, 21 Nisan). *Pope Francis has died on Easter Monday aged 88*. *Vatican News*. Erişim: 04 Temmuz 2025, <https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2025-04/pope-francis-dies-on-easter-monday-aged-88.html>

Wilkinson, A., Stewart, E. (2023, 24 Eylül). *The Hollywood writers' strike is over — and they won big*. *Vox*. Erişim: 04 Temmuz 2025, <https://www.vox.com/culture/2023/9/24/23888673/wga-strike-end-sag-aftra-contract>

Görsel Kaynakçası

Görsel 1. Google VEO 3, 2025, Uygulamayla üretilmiş seslendirmeli yapay videodan kare. Deep Mind. 04 Temmuz 2025 tarihinde <https://deepmind.google/models/veo/> adresinden alınmıştır.

Görsel 2. Beko, 2025, Yapay zekâ desteğiyle hazırlanmış reklam filmi. Instagram. 04 Temmuz 2025 tarihinde https://www.instagram.com/p/DKT75eSMtlk/?utm_source=ig_web_copy_link adresinden alınmıştır.

Görsel 3. Donald Trump, 2025, İsimsiz. Instagram. 04 Temmuz 2025 tarihinde https://www.instagram.com/p/DJLMHzLskBj/?utm_source=ig_web_copy_link adresinden alınmıştır.

Görsel 4. (Solda) Aykut Aydoğdu, 2021, Sands. Instagram. 04.07.2025 tarihinde (Sağda) Patrizia Burra. 2022, İsimsiz. Instagram. 04 Temmuz 2025 tarihinde https://www.instagram.com/p/CIOBUluooh9/?utm_source=ig_web_copy_link adresinden alınmıştır.

Görsel 5. (Solda) Thispersondoesnotexist.com, 2025, Derin sahte görsel. This Person Does Not Exist. 04.07.2025 tarihinde <https://thispersondoesnotexist.com/> (Ortada) ChatGPT, 2025, Ghibli tarzına çevrilmiş görsel / Yazar Arşivi. (Sağda) Studio Ghibli, 2024, Çocuk ve Balıkçıl filminden karakter. IMDB. 04 Temmuz 2025 tarihinde https://www.imdb.com/title/tt6587046/mediaviewer/rm505247233/?ref_=ttmi_mi_58 adresinden alınmıştır.

Görsel 6. X, 2025, Brad Pitt'i hastane yatağında gösterir derin sahte görüntüler. X. 04 Temmuz 2025 tarihinde <https://x.com/CerfiaFR/status/1879150939627745739/photo/1> adresinden alınmıştır.

Görsel 7. Reddit, 2021, Diana Deets ve personası Coconut Kitty'den ayrıntı. Reddit. 04 Temmuz 2025 tarihinde [https://www.reddit.com/r/Instagramreality/comments/nt7avh/this_model_makes_herself_look_easily_25_years/](https://www.reddit.com/r/Instagramreality/comments/nt7avh/this_model_makes_herself_look_easily_25_years/?) adresinden alınmıştır.

Görsel 8. Mapless Media, 2025, Aslan kafesinde köpekli yaşlı adam. Instagram. 04 Temmuz 2025 tarihinde https://www.instagram.com/reel/DKyO3UUIkkq/?utm_source=ig_web_copy_link adresinden alınmıştır.

Görsel 9. Fullwarp. 2025, Auf isimli derin sahte videodan ekran görüntüsü. Instagram. 04 Temmuz 2025 tarihinde

https://www.instagram.com/reel/DLzc3WMBHdC/?utm_source=ig_web_copy_link adresinden alınmıştır.

Görsel 10. Yapay Zekâ Üretimli ve Manipülatif Medya Örneklerinin Tematik Analizi. 2025. Kişisel Arşiv.