

PAPER DETAILS

TITLE: KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK FOTOĞRAFİN BASINDA İSLEVİ

AUTHORS: Faruk UĞURLU

PAGES: 133-141

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/178164>

KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN BASINDA İŞLEVİ

Faruk UĞURLU*

ÖZET

Kitle iletişim araçlarının işlevlerini haber alma, haber verme, propaganda, eğitim, eğlence, reklam yapma biçiminde sıralamak olasıdır. Böylelikle insanlar, belirli rolleri, değerleri, tutum ve davranışları kitle iletişim araçları yolu ile öğrenmekte ve düşünmeye güdülenmektedir.

Kitle haberleşmesinin kazandığı çağdaş boyutlar görüntüyü habercilikte, ya da sınırlı anlamıyla gazetecilikte vazgeçilmez kılmuştur. Görüntüyü vazgeçilmez kılan bir neden de her dilden, her kültürden insanın okuyabileceği bir yazı niteliği taşımasındandır. Yazılı basında fotoğraf haber kavramının mahiyetini, anlamını ve özelliklerini en iyi açıklayan vitrinidir. Fotoğrafın kalitesi okuyucu üzerinde yaptığı etki ile ölçülür. İyi bir gazete fotoğrafı gerçeği söyler ve daha önemlisi bir öyküyü anlatır. Günümüzde fotoğraf makinesi ve basım teknolojisindeki ilerlemeler onu kullanan insanların temel becerilerindeki ilerlemeden daha hızlı olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: haberleşme, basın, fotoğraf, fotoğraf teknikleri, basım sanayii.

THE FUNCTIONS OF THE PHOTOGRAPH IN THE PRESS AS A MASS COMMUNICATION TOOL

ABSTRACT

The functions of the mass communication media can be listed as news gathering ,to inform, to propagate, to educate, to entertain and to advertise. Thus, people learn certain roles, norms, attitudes and behaviors and are oriented in their thoughts through the mass communication media.

The contemporary dimensions of mass communications have made the visual image indispensable for news or for journalism in it's limited meaning. Another reason which makes the picture indispensable, is that it makes up a script which stays comprehensible across cultures and languages. The nature, meaning and characteristics of the concept of the photograph in the press is best illustrated by a shop window . The quality of a photograph is measured by it's effect on the reader. A good newspaper photo tells the truth and more important, it tells a story. Today, the improvements in photography and printing technology are faster advancing than the basic skills of the individuals which use them.

Keywords: communication, press, photography, photographic techniques, the printing press industry.

GİRİŞ

Günümüzde televizyon, iletişim uyduları, bilgisayarlarla veri iletimi, teletel, minitel, basın örgütleriyle bilgiler derhal duyulabilir, taşınabilir, saklanabilir duruma gelmiş ve iletişim etkileri de eskisinden çok daha güçlü olmuştur.

Kitle iletişim araçlarının işlevlerini haber alma, haber verme, propaganda, eğitim, eğlence, reklam yapma biçiminde sıralamak olasıdır. Böylelikle insanlar belirli rolleri, değerleri, tutum ve davranışları kitle iletişim araçları yolu ile öğrenmekte ve düşünmeye güdülenmektedir.

Haberler artık günlük yaşantının bir parçası şekline dönüşmüştür. Haberler iyi veya kötü insan bilincinin devamlı olarak genişlemesine yardım etmektedir.

Yazılı basın, elektronik basın (TV) tıpkı bütün toplumsal kurumlar gibi tarih içinde biçimlenmişlerdir. Her toplumda olduğu gibi iletişim araçlarının yönetimi bu araçlardan sunulan haberler üzerinde uygulanan yasal ve kurumsal denetimler, seçimler hep toplumun geçmişiyile olan ilintisi ölçüsünde anlamlılık kazanır. (Akyürek 1985:8).

HABERLEŞME

Haberleşme sözcüğü, batı dillerindeki communication karşılığı olarak kullanılıyor. Bugün de yabancı sözcüğün Türkçesine iletişim demek eğilimi hakimdir. İletişim sözcüğüyle anlatılmak istenen ileti (mesaj) alışverişidir. Bu noktada iletimin ne olduğunu, ne anlama geldiğini de açıklamak gereklidir. İletinin görsel ve sözsöl olabileceğini yani düz yazılan bir kitabın, yapılan bir

konuşmanın iletiyi gerçekleştirdiğini görmekteyiz. İletişim kapsamı içine haberleşme de girmektedir. Haberleşme en kısa deyişle haber alış-veriştir.

Auguste Comte "öngörmek ve gereğini yapmak için bilmek gerekir" diyor. Bilmek içinde haber almak gerekir. Bu insanların çok eski zamanlardan beri duyduğu önemli bir gereksinimdir. İnsan çevresinde olan biteni görerek, duyarak, kısacası duyularıyla algılar. Algılamasına göre bir davranışta bulunur. Yani insanın davranışları dış dünyadaki (çevresindeki) değişimlere gösterdiği tepkilerdir. Bu tepkileri bir zamanlar belli iç güdüleriyle belirliyorlardı. Ama bugün artık aklın payı önemli ölçüde artmıştır. İnsan aklının gösterdiği doğrultuda tepkilerde bulunur. İnsanın duyularına seslenmeyen, uzakta meydana gelen olayları algılamasına olanak yoktur. O bunları kendisine ulaşan haber sayesinde öğrenir yani insanın aklıyla değerlendirip karar almasına yarım eden verileri ona haberleşme sağlar.

Haberleşme insanlık tarihinin ilk dönemlerinden beri geçerli olmuştur. Önceleri yaşamını sürdürürebilmek için doğa ve öteki insanlarla ilişki kuran, haberleşmeye bu açıdan gerek duyan insan, toplumsal yaşam gelip karmaşılaştıkça başlangıçtakinden pek farklı olmayan nedenlerle, ama artık karmaşık hale gelen haberleşmeyi kullanmaya devam etmiştir (Gürbüz 1981: 25).

İnsanlar çok uzun süre bugün rahatlıkla ilkel diye tanımlayabileceğimiz, ancak zaman zaman kullanmaya devam ettiğimiz yöntemlerle haber iletiler.

Yaya olarak sözlü mesaj iletimi, duman ya da ateşle haber iletimi bunlar arasında sayılabilir. Bu haberleşme tarihinin oldukça uzun bir dönemini kapsar.

Yazının geliştirilmesi, ulaştırma olanaklarının artması bunları haberleşme için kullanacak merkezi devletlerin kurulması, ticari ilişkilerin gelişmesi, haberleşmenin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Haberleşme alanındaki gelişmeler, daima toplumsal gelişmeye paralel gitmiştir.

Kültürün yaygınlaşması teknik olanakların artması, bütün bunları gerçekleştiren toplumsal gelişme haberleşmeyi de belirlemiştir.

Haberleşmede 17. yüzyıldan sonra gelişen yazılı basın dönemidir. Kitabın en değerli düşünce ara-

cı sayıldığı sırada gelişmeye başlayan gazeteler, başlangıçta küçümsendilerse zamanla güçlü haberleşme aracı olarak kendilerini kabul ettirmişlerdir.

Haberleşmenin gelişmesinde önemli bir aşama 20.yüzyılda gerçekleştirilmiştir. Bu sesin ve görüntünün elektronik yöntemlerle iletilmesidir. En son varılan bu noktanın etkileri önceki teknik gelişmelerden daha büyük olmuştur. Aslında bu gelişme haberleşme konusunda içerik bakımından yenilik getirmemiştir. Ama onun etki alanını çok genişletmiştir. Olan biten dünyanın her yanında izlenebilir, duyulabilir hale gelmiştir. Olanlardan haberdar olmak için okur-yazar olmaya da artık gerek yoktur.

Haberleşme yaşamı sürdürme dışında başlangıçta sınırlı sayıda "kişinin yönetimi ellerinde tutabilmek ya da ticari etkinliklerini sürdürebilmek için duyduğu bir gereksinimdir. Gelişme onu kitlelerin yararlanabileceği bir noktaya getirmiştir. Bu yüzden 20.yüzyılda haberleşmeden söz edildiğinde artık anlatılan daha çok kitle haberleşmesidir.

Basın, radyo ve televizyon gibi uygarlık araçlarının tümünün oluşturduğu sosyal gerçek ile bunun yarattığı gerçek arasındaki ilişkidir. Haberleşme aynı zamanda kolektif bir ihtiyaçtır.

Haberleşme çeşitli doktrinleri ve siyasal ideolojileri yakından ilgilendirir. Bu nedenle yayın tekniklerinin gelişmesi sonuçları üzerinde önemle durmayı gerektirir. Haberleşmenin amaçlarının ne olduğu saptanmalıdır. Diğer bir deyişle her dönemde her yerde politikanın emrine verilen haber tekniklerinden nasıl yararlanacağı belirlenmelidir. Örneğin haber yapma aracı olarak TV Sovyetler Birliği ve ABD aynı şekilde kullanılmaz (Kaya 1984: 20).

Haberleşme büyük haber organlarının durumuna bağlı olarak ortaya çıkan kolektif bir iradedir. Son anlamlarında haberleşme çeşitli mülkiyet, işletme, denetim şekillerine bağlanmıştır. Bu şekiller ülkeden ülkeye olduğu gibi bir tek ülke içerisinde de büyük farklılıklar gösterir. Bu farklılıklar haberleşmenin nasıl düzenleneceği şeklindeki doktriner tartışmalardan kaynaklanır.

Haberleşme karmaşık sosyal bir olgudur. Bu olgunun bilimsel, kültürel ve teknolojik yönleri vardır. Aynı zamanda haberleşme toplumların belirli hedeflere doğru gelişme iradelerini ifade

eder (Tokgöz 1981: 16).

FOTOĞRAFIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Alet olarak bir odun parçası ile yetinildiği dönemlerde bile insan, görsel anlayışın ilgi çekici nesnelerini resimlerde ve yontularda tekrarlayarak kalıcı kılmak çabasında olmuştur. Akıl almaz serüvenlerle dolu onbinlerce yıl sonunda gelişen ve örgütlenen toplumların, bu tür gereksinimleri zanaatçılarınca karşılanmıştır. Nüfusun çoğalması, sosyal ve ekonomik durumları iyileşen kitlelerin isteklerinin artması zanaatçıları zorlamaya başlayınca üretimde daha kolay yollar aranmış ve teknoloji geliştirilmiştir. Teknolojinin geliştirilmesi bir yerde zanaatçıları işlerinden eder. Onların zanaatçı titizliği ve gelişen düşünce yapısının birikimleri, sanatı kanatlandırır. Bugün sanat doğrudan bir gereksinmeyi karşılamaya yönelik gibi görünmüyor ya da toplumların gelişmişlik düzeyi ile ilişkilidir bu nokta.

"Endüstri Devrimi" sonrasında zanaatçıların geliştirdiği teknolojilerden biridir fotoğraf. Giderek artan gereksinimler, ressam ve minyatürcülerin çalıştığı alanın mekanize olmasını zorunlu kılar ve son aşaması fotoğraftır. Sümerlerden gelen "Camera Obscura"ya Rönesans'ın geometri ve perspektifini, arkasından 18. yüzyılın Kimya ve Fizikini ekleyince 19. yüzyılın başında ortaya çıkan fotoğraf; uygarlığın belirli bir olgunluğundan sonra gelişmenin daha da hızlanabilmesi için mutlaka gerekli idi. Bugün bu işlevini bütün görkemi ile sürdürmektedir. Bilimden endüstriye, eğitimden iletişime, basında belgelemeden sanata kadar her alanda eksikliği düşünülemez bir malzemedir.

Gerçekte fotoğrafın tarihi son 150 yılın uygarlık tarihi ile iç içedir. Fotoğrafın bu süreç içerisindeki rolü sanıldığı kadar çok üzerindedir. Geniş kapsamlı bakmaya çalışınca, fotoğraf sadece bir köprüdür. O köprüden geçilerek insanın geliştirebildiği her çalışma dalına ulaşılabilir.

Ağustos 1839'da Paris'te Daquerreotype'in açıklanışından sonra 15 Ağustos 1841 tarihli Ceride-i Havadis Gazetesi şu haberi yayımlar, "Bir mahallin resm-i mücessemine almak için Avrupa'da Daquerre dedikleri zat bir alet icad edip Daquerre'in basması manasına Dagertoyip tesmiye etmiş ve mukaddema kitabı dahi İstanbul'a gelmiş ve tercüme edilmiş olmakla bilenlerin malumudur." Fransız hükümetinin Daquerre'den yönte-

mini açıklaması için yazmasını istediği kitapçıktır bu. Aynı gazetenin 17 Temmuz 1842 tarihli sayısındaki haber ise şöyledir. "Beyoğlu'nda Mösyö Dager'in şu kirdanından Mösyö Kampa icrayı sanat eylemektedir. Ressamlar bir adamı resmedecekleri vakit anı birkaç günler kemal-i sabr-ü sükunla karşılarına oturtup defa be defa nazar ederek haylû zahmetlû resmederler. Lakin bu alatla resmolunacak olduğu vakitte güneşte altı saniyede ve güneşsiz havada yarım dakikada ol alat vasıtasıyla resmedüp bitirirler. Mösyö Kampa'nın Daquerre'in buluşunu pazarlamak ve patent almak için çoğu ülkeye yolladığı adamlarından biri olduğu anlaşılıyor. Fransa'da elde edemediğini diğer ülkelerde aramaktadır. Daquerre üç yıllık süre içinde objektiflerin ve emülsiyonların gelişmesi ile poz süresi saatlerden saniyelere inmiş portre çekilebilir olmuştur. (Afsad 1981: 9).

1845 yılı basın haberlerinde şu okunur. "Mösyö Naşa adlı bir Fransız, Beyoğlu'nda açtığı fotoğrafhanede güneşe dahi muhtaç olmayarak karşıdaki adamın suretini birkaç saniyede çıkarmakta ve fotoğrafın cesametini göre 60 kuruştan 100 kuruşa kadar para almaktadır" o devir için yüksek bir fiyattır bu. 1846'da Paris'te yılda 2000 fotoğraf makinesi satılmaktadır. 1852'de Disderinin "Carte de Visite" fırtınası esmeye başlamıştır. Akın akın herkes portrelerini çekirmektedir. 1852'de İngiltere'de ilk fotoğrafçılık derneği kurulmuştur. Sergiler, yarışmalar düzenlenmekte ve yoğun şekilde fotoğraf sanatı tartışmaları yapılmaktadır.

İstanbul'da uzun süreli ilk fotoğraf stüdyosunun Kırım Savaşı için gelen Alman kimyager Rabach tarafından 1856'da açıldığı bilinmektedir. Batıyı yakından izleyen saray çevresi ve azınlıkların büyük ilgi gösterdiğini düşünebiliriz. Kayserili dört Ermeni kardeş, bu stüdyoyu devralır ve "Abdullah Biraderler" adı ile saray fotoğrafçılığına kadar yükselirler. Viyana ve Paris'te sergiler açar, ödüller kazanırlar. Geleneklerin baskısı ile Osmanlı toplumunda fotoğraf batıdaki coşkuyla tekrarlayamaz. Ancak 1860'lara gelindiğinde özellikle İstanbul'da aristokratik yaşamın bir parçası halindedir. Seçkinler arasında amatör fotoğrafçılık ilgi görmektedir. 1861-65 arasında Amerika'da Matthew Brady asistanları ve atlı karanlık oda arabaları ile iç savaşı fotoğraflamaktadır. Bugün bu fotoğraflar ABD'nin en önemli tarihi belgelerinden sayılmaktadır. 1870'lerden sonra gümüş bromürlü jelatin emülsiyonlar, 1880'lerden sonra filmin geliştirilmesi fotoğrafta sıçrama

yaratır. Aynı yıllarda Edward Muybridge atın koşusu için hareketlerin küçük anlarını fotoğraf- lamaktadır. Bu fotoğraflardan sonradır ki res- samların o zamana kadar atları yanlış resmettik- leri ortaya çıkacaktır. 1885'lerden sonra dergi ve gazetelerde fotoğraf kullanılmaya başlanır. 1890'larda New York'ta Jacob Riis fakir bölge- rin fotoğrafları ile toplumun ve yöneticilerin dik- katini bu kesime yöneltmeye çalışmaktadır.

1900'lere doğru İstanbul'da azınlık fotoğrafçıla- rın açtığı stüdyolar çoğalır. Türkler çekingendir ve böyle bir işe girişemezler. Askeri birlikler, ge- miler, fabrikalar, köprüler, cami ve medreseler, posta idaresi gibi konularda II.Abdülhamit'in ha- zırlattığı albümler o dönemden kalma önemli belgelerdir. 1901'de tahta çıkışının 25. yılı nede- niyle af edilecekleri seçebilmesi için hazırlanan, küçük gruplar halinde bütün mahkumların fotoğ- raflarından oluşan albümlerde ilgi çekicidir. İm- paratorluğun son döneminde, Cumhuriyeti hazır- layacak kadroların yetiştirme sürecinde sinema halkın yaşamına girer ve fotoğraf bundan güç kazanır. Basınının öncü fotoğrafçıları bu dö- nemde belirir. Kurtuluş Savaşında görevlendiril- miş fotoğraf subayları vardır. Mustafa Kemal fo- toğrafın gücünü bilmekte ve kullanmaktadır (Re- fo 1988: 6).

Birinci Dünya ve Kurtuluş Savaşları sonrasında çöken bir İmparatorluğun enkazı arasından yük- selen Cumhuriyet döneminde 1930'lara kadar fo- toğraf açısından bir durgunluk yaşanır. Aynı yıl- larda ABD'de Alfred Stieglitz'le başlayan yeni gerçekçilik akımının Edward Steichen, Edward Weston gibi ünlüleri, baş yapıtlarını vermekte ve Ansel Adams, "Zone Sistemi"ni geliştirmektedir. Kübizm, fütürizm, dada ve Bauhaus etkileri ile fotoğrafta denemelere girilmektedir. Sembol- lerle anlatım, soyut ve gerçeküstü çalışmalar başlamaktadır. Almanya'da Weimar Cumhuriye- ti döneminde basın fotoğrafı parlak dönemini ya- şamakta ve Erich Salomon, Felix Man, Alfred E- isenstaedt gibi devler sivrilmektedir. Hitler ile beraber demokratik ortam sona erecek ve birer i- kişer Batı'ya kaçan bu ünlüler Life Dergisi'nin kadrolarına katılacaklardır.

Genç Türkiye Cumhuriyeti tanıtım için yayınlara ve bunun için de fotoğrafçılara gereksinme du- yar. Bu amaçla görevlendirilenlerden Othman Pfershy Türkiye'de uzun yıllar çalışmış ve unu- tulmaz işler bırakmıştır. Dinsel kuralları öne sü- rerek kaçınan halk, fotoğrafçıları karşısında gö- rünce pasif bir karşı koymaya girişir. Ama sonra

yasal işlemlerin zorunluluğu ile fotoğrafçının karşısına oturur. Stüdyoların Anadolu'ya yayıldı- ğı yıllardır bu yıllar.

Araştırmalara göre Cumhuriyet döneminin ilk fotoğraf sergisi, 1929'da İzmir'de açılmıştır. 1932'de halkevlerinin kurulması ile başlayan san- at ve kültür çalışmaları, hemen her dalda ama- tör ve profesyonel kadroların yetişmesini sağla- mıştır. 1932'de Gazi Eğitim'de fotoğrafçılık ders- leri başlamış, 1933'de Ankara Halkevi ilk fotoğ- raf yarışmasını düzenlemiştir. 1945'de ilk fotoğ- raf dergisini çıkaran 1950'lerde ilk derneği ku- ran, 1955'de ilk renkli sergiyi açan, 1958'de FI- AD ile (Fotoğraf Sanatı Uluslararası Federasyo- nu) ilk ilişkiyi kuran Şinasi Barutçu'nun fotoğra- fın sanat olarak algılanmasında ve gelişmesinde büyük emeği geçmiştir.

1956'da çıkmaya başlayan Hayat Dergisi ve ar- kasından bazı gazeteler, fotoğrafa geniş yer ver- mişler, bugün de etkin olan kadroların yetişmesi- ni sağlamışlardır. 1960'lara doğru ekonomideki gelişmelerle beraber tanıtım ağırlıklı profesyonel çalışmalar başlar. Bu alandaki ilklerden biri Sa- mi Güner'dir.

GÖRÜNTÜ KULLANIMININ GELİŞME SÜRECİ

Kitle haberleşmesinin kazandığı çağdaş boyutlar görüntüyü habercilikte ya da sınırlı anlamıyla gazetecilikte vazgeçilmez kılmıştır. Görüntüyü vazgeçilmez kılan bir neden de her dilden, her kültürden insanın okuyabileceği bir yazı niteliği taşımasındandır.

Gazetelerin ilk çıkışlarında doğal olarak görüntü unsuru kullanılmıyordu. Bugün bize ulaşabilmiş en eski fotoğraf 1827'de çekilmiştir. İlk aktüalite fotoğrafı ise dört gün süren bir yangında harap olmuş Hamburg kentini yansıtan bir Alman fo- toğrafıdır 1842. Bu büyük yangının, tanıkların anlattıklarına dayanarak çizilmiş bir resmi de Londra gazetesinde yayınlanmıştır. Fikir bası- nından olay basınına geçiş,daha sonra da sansas- yonel basının yaygınlaşması gazetelerde her tür- lü görüntünün kullanımını getirmiştir.

Bu arada büyük fotoğrafçıların yaptıkları uzun röportajlar, savaşlar, teknolojik gelişmeler gibi yayın olaylarının görüntüyü merakla beklenir kılması ve aynı zamanda teknolojinin giderek gelişip, görüntü unsurunun en iyi olanaklarla kullanımının sağlanması, gazetelerin görünümü-

nü bir hayli değiştirmiştir (Demirtaş 1984: 18).

BASINDA FOTOĞRAF KULLANIMININ İŞLEVİ

Basında fotoğraf gazete ve dergilerde farklılaşan belirli işlevleri nedeniyle kullanılır. Ancak her i-kisi için de geçerli olan nedeni şöyle özetlenebilir. "Fotoğraf bir tanıktır, çağının tanığıdır." Gazete fotoğraf kullanırken, metinden çok görüntüye güveni olan okuyucusunu haberdar etmek amacını güder, metni görüntüler. Ayrıca, görüntü, metinden çok daha anlaşılır nitelikte ve anlam yüküdür. Basın fotoğrafı bir mesajdır. Unutulmaması gereken basın fotoğrafının önce haber, sonra görüntü olarak değerlendirilmesidir.

Sanat fotoğrafı ile gazete fotoğrafçılığı arasında önemli bir fark vardır; birinde her sanat dalında olduğu gibi yaratıcılık ve duyguya sesleniş, ötekinde olayı saptama ve anlatma öndedir. Fotoğraf sanatı soyut olabilir. Gazete fotoğrafı ise olabildiğince somut ve gerçekçidir. Baskı teknolojinin gelişmesi ve siyah-beyaz yanında renklinin de çok kullanılması nedeniyle günümüzde fotoğraf zaman zaman yazının üstüne çıkmaktadır.

Gazetede beğenilen fotoğraf çok iyi görünen değil, çok iyi anlatandır. Gazete fotoğrafçılığında zaman unsuru önemlidir. Şok fotoğraf için son zamanlarda sık kullanılan kavramlardan birisi olmuştur. Hatta zaman zaman bazı ülkelerde şok fotoğrafları sergilerinin açıldığı görülmektedir ve bu fotoğraflar içinde idamlarla ilgili olanlar hep özel bir yere sahip olmuştur. Çünkü, idam önceden hazırlanan ve bir senaryoya uygun bir biçimde, gerçekleştirilen bir eylemdir. Bu yüzden Suudi Arabistan'da kafası kesilen bir prens, Fransa'da kurşuna dizilen halk mücahitleri örgütü üyeleri başka bir ülkede asılan insanlar, yayın organlarının, fotoğrafçının konu kataloğunda önemli bir yere sahiptir.

Bu fotoğrafların bazıları bir dönemin simgeleri haline bile dönüşebilir. Saygon polis şeflerinden birinin bir vietkonglunun kafasına kurşun sıkarken çekilmiş fotoğrafı belli bir yaştan üzerindeki-lerinin hala belleğinden çıkmış değildir. Basın ve moda fotoğrafları W. Benjamin'in dediği gibi, çoğaltılmaya yönelik olarak tasarlanmış birer iletişim aracı olarak kabul edilebilir. Gazete ve dergide yayınlanmak üzere çekilmiş bir fotoğraf, başta çoğaltılmaya yönelik olarak tasarlanmış bir üretilimdir. Dolayısıyla bu üretimde pazarın koşulları kendi kurallarını kabullendirici yönde bir

etki yapar. Özetlemek gerekirse;

a) Basın fotoğrafı baştan çoğaltılmak üzere tasarlanmış bir üretilimdir.

b) Bunun için bir support'a yani bir imgeyi çok sayıda insana taşıyacak bir araca gereksinimi vardır.

c) Bir support olarak gazete ya da dergi, yalnızca taşıyıcılık işlevi görmekle kalmaz, aynı zamanda fotoğrafın okunma koşullarını da belirler. Çünkü bir basın fotoğrafının okunabilmesi için bir zaman kipine gereksinimi vardır. Bu zaman kipini de gazete ya da dergi verecektir. Bunun yanında gazete fotoğrafının alt yazısı ve destek verdiği yazılı haber de okunma koşullarını dolaysız bir biçimde etkiler. Bu üç koşulu dikkate aldığımızda basın fotoğrafını öteki fotoğraf türlerinden ayıran en önemli özelliğini belki de baştaki amacına uygun okunma süresinin çok kısa olduğu söylenebilir.

Sürelili yayınlarda fotoğraf kullanımı ise farklı nedenlere dayanır. 1936'da Life dergisi yayın yaşamına başlarken amacını şöyle belirlemektedir.

"Yaşamı görmek, dünyayı görmek, büyük olayların tanığı olmak, yoksulların yüzlerini, varsılların davranışlarını gözlemek, garip şeyler görmek, makineler, ordular, kalabalıklar, ormanda ve ayda gölgeler; insanın çalışmasını görmek, tablolarını, kulelerini ve keşiflerini, kilometrelerce uzakta olanları, duvarların ve odaların arkasında, içinde, saklı olanları, görülmesi tehlikeli olanları, erkeklerin sevdikleri kadınları ve bütün çocuklarını görmek; görmek ve görmekten zevk almak; görmek ve şaşırarak; görmek ve öğrenmek."

GÖRÜNTÜNÜN ETKİNLİĞİ

Bu arada ortaya çıkan televizyon görüntü avantajını tartışmasız bir biçimde basından alınca bir kararsızlık dönemine girilmiştir. Görüntüye dayanarak satış yapan çok büyük dergiler sarsıntı geçirmişler, kimileri kapanmıştır. Gazeteler ise tekrar fikir basınına dönüp dönmemenin tartışmasını yapmışlardır.

Ancak televizyonun izlenme çılgınlığı belli bir süre sonra doyum noktasına ulaşınca her şey yerli yerine oturmaya başlamıştır. Ayrıca unutulmaması gereken bir diğer gerçek de televizyonun geçip gidiciliği yanında basın kalıcı, belgeleyicidir. Fotoğraf geçip gitmekte olan zamanı durdurur. Boşlukta bir bölümü çerçeveler. Demek ki,

gazeteler türlerine ve yayın siyasalarına göre az ya da çok, görüntü unsuru kullanmayı sürdürmektedir.

Basında yayınlanan fotoğrafların etkinliği bugün artık tartışılmaz olarak kabul edilmektedir. Bu yüzyılın başında Amerikalı Lewis W. Hine'in madenlerde ve tekstil iş kolunda çalıştırılan çocukların çalışma koşullarını yansıtan fotoğrafları yayımlandığında yasalar çıkarılmış; Bismurck'un şarkıcı Pavline Lucca ile çekilmiş bir fotoğrafı Alman politikasını sarsmış; 1962'de Kennedy'nin basın toplantısında gösterilen Küba'nın çok yüksekte çekilmiş ve Sovyetler'in çalışmalarını gösteren fotoğrafları ABD dış politikasını etkilemiş, Vietnam Savaşı fotoğrafları ABD kamuoyunda savaşa karşı büyük tepki oluşturmuştur. (Cumhuriyet 1990: 11).

TÜRK BASININDA GÖRÜNTÜ

Tüm dünyada ve bu arada ülkemizde gittikçe yaygınlaşan uğraşlardan biri de fotoğraf. Bütün olanaksızlıklar ve sınırlılıklara rağmen her geçen gün fotoğrafla uğraşanların sayıları ve etkinlikleri gözle görülebilir bir hızla artıyor.

Günlük yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olan gazetelerde gittikçe yaygınlaşan bir kullanımına yöneliyorlar. Bunda, fotoğrafın, "Belge" olmasından kaynaklanan "inandırıcı olma" özelliğinin önemli bir payı olsa gerek. Ancak ülkemizde yayımlanmakta olan gazetelere kabaca bir göz gezdirildiğinde, fotoğraf kullanımının gazeteden gazeteye hem nitelik hem de nicelik açısından önemli farklılıklar gösterdiği ortaya çıkıyor. Kimi gazeteler verdikleri haberleri görüntülemek, belgelemek amacıyla fotoğraftan yararlanırken, kimi gazetelerde yakaladıkları "cazip" fotoğraflara-ki, bunlar çoğunlukla çıplak kadın görüntüleri-uygun haberler "uydurup" ve bunları büyük boyutlarda basarak kitlelere ulaştırmaktadırlar.

Basınıımızda ilk kez Hürriyet gazetesinin çok sayıda görüntü kullanması, giderek Milliyet gazetesini de etkilemiştir. Okuma yazma oranının düşük, okuma alışkanlığının yaygın olmadığı ülkemizde gazetelerin sayfaları da giderek, fotoğraf, resim ve karikatürlerle dolmaya başlamıştır.

Türk basınında görüntü kullanımının doruk noktası ise Günaydın gazetesi olmuştur. İsim kampanyaları ve piyasa araştırmalarından sonra ortaya çıkan Günaydın gazetesi, neredeyse okumaktan çok bakılmak için hazırlanmış, kad-

rosunda da muhabirden çok fotoğrafçı bulunmuştur.

Gazetelerimizin giderek ofset tekniğiyle ve renkli basılmaya başlaması, görüntü kullanımını daha da çekici kılmıştır. Böylece Cumhuriyet dışındaki büyük gazetelerimizin tümünde renkli ve siyah-beyaz fotoğraflar, resimler, karikatürler vb. sayfaların yarısından çoğunu kaplamaya başlamıştır. Günaydın, görüntü unsurlarını az sayıda, ancak çok büyük boyutlarda kullanıp, bunların haber unsuru taşıyıp, taşımamasına hiç önem vermez ve haber metni yerine resim altlarıyla yetinirken, Hürriyet, Milliyet ve Tercüman fotoğrafları haber haline getirmek yerine haberleri fotoğraflamayı yeğlemişlerdir. Bu üç gazete olabildiğince renkli, küçük boyutlarda, çok sayıda fotoğraf kullanmaya başlamışlardır. Cumhuriyet ise, renk olarak griyle yetinirken, görüntü unsurunu da ancak gerektiğinde ve az sayıda kullanmayı yeğleyerek fikir gazetesi görüntüsünü sürdürmüştür. İşte bu nedenlerden basında görüntü unsurunun incelenmesi, Türk basını için ayrı bir önem taşımaktadır (Cumhuriyet 1990: 11).

BASINDA GÖRÜNTÜ UNSURUNUN İNCELEME YÖNTEMLERİ

İnceleme bir tek yayın organı üzerinde yapılabilir gibi belli bir örnek olay alınarak, çeşitli yayın organlarının karşılaştırılması biçiminde de olabilir. Örnek olay ve karşılaştırılacak yayın organları saptandıktan sonra

- İlk olarak görüntülerin niteliğinin sınıflandırılması gerekmektedir. Bunlar fotoğraf, resim, karikatür, grafik, tablo, harita vb. olabilir.
- Görüntülerin niteliğinin yanısıra niceliği de saptanır. Hangi gazetenin ne kadar görüntü kullandığı yayın siyasalarıyla görece olarak açıklanır. Örneğin, Hürriyet'te 4, Cumhuriyet'te 1 fotoğrafla yer almış bir olay, gazetelerin yayın siyasaları gözönüne alındığında, aynı derecede görüntülenmiş sayılabilir.
- Daha sonra görüntülerin kaynağı saptanır. Ajans, arşiv, gazetenin muhabiri, amatör biri gibi.
- Görüntülerin kodlanması ikinci aşamayı oluşturur. Basında yayınlanan örneğin fotoğrafların kodlanabilmesi için, sunulan olayın içinde, kişi davranış biçimi, yer, tuum, giysi ya da konu açısından bir seçimleme yapmış olması gerekir. Unutulmaması gereken, fotoğrafçının kolektif hafızaya ait görüntüsel işaretleri aklında tuttuğudur. Örneğin bir devlet adamıyla bir futbolcunun fotoğrafları çok farklı sunulur.

e)Sunuş biçimi ayrı incelemeyi gerektirir. Fotoğraf için çekim açısı, ışık, kullanılan objektif, kareleme değerlendirilir. Gazetede yayımlandığı yer de önem taşır. Birinci sayfa, sol manşet, 6x9 cm. gibi.

f)Fotoğrafta içerik çözümlemesi alt yazısı, gözönüne alınmadan yapılmamalıdır. Alt yazılar en az fotoğraf kadar önemlidir. Aynı fotoğraf farklı gazetelerde farklı alt yazılarla yayımlanarak farklı anlamlar kazanabilir. Bir alt yazı, o fotoğrafı açıklayıcı, tanımlayıcı, çarpıtıcı, düşündürücü olabilir. Alt yazısız bir fotoğrafın mesajı belirsiz, karmaşıktır.

g)Sözkonusu olan olay fotoğrafıysa, seriler de anlam kazanır. Fotoğrafların seçimi, büyüklükleri, kurgulanması, incelenmesi gereken anlamlar yüküdür.

DEĞERLENDİRME

Basında kullanım biçimi ve amacı ne olursa olsun, günlük gazetelerimizde fotoğraf kullanımı gittikçe artmaktadır. Bunun en somut kanıtı ise yayım yaşamına giren yeni gazetelerin, daha önce yayımlanmakta olanlara oranla, bir yayın politikası gereği, fotoğrafa artan oranlarda yer vermeleridir.

Hiç kuşku yok ki, bu olgunun sosyolojik ve psikolojik birçok nedeni vardır. Ancak bizim amacımız bu nedenleri ortaya çıkartmak ve tartışmak değil.

Yapılan araştırmada izlenen yöntem, belli bir dönemde yayınlanan (1 Ekim 2001-7 Ekim 2001) gazetelerde yer alan fotoğrafların kapladığı alanların saptanması olmuştur. Ancak bu yüzey ölçümleri sırasında kabaca bir konu sınıflandırma-

sına gidilmiş, fotoğrafların haber, spor, magazin, reklam gibi ayrımlardan hangisine girecekleri de saptanmıştır. Ancak magazin fotoğrafları ayrımının gereksiz yere şişirilmemesi için bu gazetele-
rin ekleri bu hesaplara katılmamıştır. Buna rağmen elde edilen sonuçlar ilginçtir. (Grafik 1)

Cumhuriyet gazetesi, incelenen gazeteler arasında fotoğrafa en az yer verenidir. Bir haftalık süre içinde toplam olarak yalnızca 69 adet fotoğraf kullanılmış ve her sayısının ortalama olarak %4.2'sini fotoğrafa ayırmıştır.

Diğer yandan Cumhuriyet'te yer alan fotoğrafların %42'si haber görüntülerine, %24 spor görüntülerine, %22'si magazin fotoğraflarına, %12'si ise reklam fotoğraflarına ayrılmıştır. Bu değerlerin gazetenin toplam yüzeyi içindeki payları, haberlerin %1.7, sporun %1, magazin %1, reklam fotoğraflarının ise %0.8'dir.

Sabah Gazetesi ise fotoğrafa yer verme açısından bir hafta içinde yayımladığı 222 fotoğrafla üçüncü, bu fotoğrafların kapladığı alan ile de dördüncü sırayı almıştır. Başka bir deyişle Sabah hergün ortalama olarak 46 fotoğrafa yer vermekte ve bu fotoğraflar o sayının %15'ini kaplamaktadır. Sabah'ın haftalık olarak yayınladığı toplam fotoğrafların %22'si haberlere %3'ü spora, %53'ü magazin fotoğraflarına ve %21.4'ü ise reklam görüntülerine ayrılmıştır. Bu değerlerin gazetenin toplam yüzeyi içindeki payları ise, haberlerin %3.4, sporun %0,5, magazin %7,8 ve reklamların %2,7'dir.

Radikal Gazetesi hem yayınladığı fotoğraf sayısı, hem de bu fotoğrafların kapladığı alan bakımından altıncı sırada gelmektedir. Radikal bir

Gazeteler	Gazetelerin Bastıkları Haftalık Toplam Fotoğraf Sayısı (Adet)	Gazetelerin Bastıkları Haftalık Toplam Fotoğraf Oranı	Haftalık Toplam Haber Fotoğraflarının Oranı	Haftalık Toplam Spor Fotoğraflarının Oranı	Haftalık Toplam Magazin Fotoğraflarının Oranı	Haftalık Toplam Reklam Fotoğraflarının Oranı
Cumhuriyet	69	%4.2	%42	%24	%22	%12
Sabah	222	%15	%22	%3	%53	%21.4
Radikal	110	%12	%21	%38	%12	%28
Hürriyet	226	%17	%20.4	%12.5	%41	%27
Milliyet	261	%12	%40.7	%26	%20.8	%12.5
Akşam	123	%12.4	%20	%35	%30	%15

hafta süresince toplam olarak 110 fotoğraf yayımlamıştır. Bu gazetede ki fotoğrafların kapladığı alanın, gazetenin toplam yüzeyine oranı %12'dir. Bu alanın %21'i haberlere, %38'i spora, %12'si magazine ve % 28'i ise reklam fotoğraflarına ayrılmıştır.

Konularına göre bu fotoğrafların gazetenin toplam yüzeyi içinde yer aldıkları pay ise, haberlerin %2,5 sporun %4,7 magazin %1,5 reklam fotoğraflarının %3.4'dür. Bu değerlerle Radikal Gazetesi en çok spor ve reklam fotoğrafı yayınlayan gazete olmaktadır.

Hürriyet Gazetesi anılan tarihler arasında yayımladığı toplam 226 fotoğrafla ikinci, bu fotoğrafların kapladığı toplam alanla da üçüncü sırayı almaktadır. Bu fotoğrafların gazetenin toplam yüzeyine oranı %17'dir. Hürriyet bir hafta boyunca yer alan fotoğrafların %20.4'ü haberlere %12.5'i spora, %41'i magazine ve %27'si reklam fotoğraflarına ayrılmıştır. Bu sayıların gazetenin toplam yüzeyine oranı haberler için %3.5, spor için %2.1, magazin için %7 reklam için %5'dir.

Milliyet Gazetesi ise ilginç bir görünüme sahiptir. Bir hafta boyunca yayımladığı toplam 261 fotoğrafla birinci sırada yer alırken, bu fotoğrafların kapladığı %12'lik yüzeyle ancak altıncı sırada yer alabilmektedir. Bu da Milliyet Gazetesi'nin çok sayıda fakat küçük boyutlu fotoğraflar yayımlandığını göstermektedir. Milliyet'in yayımladığı fotoğrafların %40.7'si haberlere, %26'sı spora, %20.8'i magazine ve %12.5'i reklamlara ilişkindir. Aynı değerlerin gazetenin toplam yüzeyine oranlarında ise, haberler %5, spor %3.1, magazin %2.5, reklam fotoğrafları ise %1.5'luk değerler almaktadır.

Akşam Gazetesi de aynı tarihler arasında 123 fotoğraf yayımlamıştır. Bu rakamlar fotoğraf sayısında altıncı, fotoğraf alanında ise beşinci sırada yer almıştır. Akşam'da yayımlanan fotoğrafların %20'si haberlere, %35'i spora, %30'u magazine, %15'i de reklam fotoğraflarına ilişkindir. Gazetenin toplam yüzeyi içinde haber fotoğraflarının payı %2.5, spor fotoğraflarının payı %4.4, magazin fotoğraflarının payı %3.7, reklam fotoğraflarının payı %1.9'dur.

Başlangıçtan beri basında kitle iletişim aracı olarak kullanılan fotoğraf tutkusu gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Bu olguyu gazeteler açısından bayilerde satılan gazetelere bakarak görmek mümkündür. Eğer gazete sayfalarında fotoğrafa

ayrılan alan, ona verilen önemi gösteren bir ölçüt olarak kabul edilirse, fotoğrafın önem kazandığı bile söylenebilir. Ancak bu "önem veriş"nin niteliğini yine aynı gazetelere bakarak kavramak da mümkündür.

Yetişen elemanlar fotoğrafta duygu, heyecan, herhangi bir öykü, mesaj, katkısıyla gerçekleştirebilmelidirler. Bu gerçekleştirmede olayın çekimini yapan kişinin becerisi, kültürü, duygu ve yetenekleri biraraya geldiğinde sonuç elde edilmektedir. Günümüzde başarılı görüntü anlatımı düşündürücü öykü içeren kitlelere mesaj ileten fotoğraflar bu yöntemle çekilmektedir.

Fotoğrafı çeken kişi işleme, kendi duygu ve yorumunu katarak yapmalıdır. Biçimsel olarak filminin üzerine görüntüyü katmakta burada biz görsel olarak fotoğrafı karşımıza aldığımız zaman bakıyoruz ve bakan kişiler bu fotoğrafın üzerinden izlenimlerini kendi duygu ve düşüncelerini değerlendirmektedir. Bir fotoğraf bir kitap okumuşçasına insanlara bazı mesajları iletebilmelidir.

Basın fotoğrafçılığında görüntü anını saptayabilmek pratiğini edinmek gerekir. Çünkü bu iç zamanın binde bir saniyesi olarak ölçülmesi yapılan olaydır.

Çekimi yaparken özellikle gazeteci olarak çekimi yapacağımız olaylara ve kişilere yaklaşımımızın nasıl olması gerektiğidir. Ne yapmalıyız ki, kendimizi gazetecilikten öte bir kişi olarak onlara yakın hissettirebilelim. Çünkü basının öyle bir etkinliği vardır. Bunun için önemli olan bizden resmi çekerken göze batmamaktır. En güzeli, resimleri bir gözlemci gibi çekmek yoluna gitmektir. Foto muhabirleri toplum tetkikçiliğini çok iyi üstlenmelidir.

Bir nevi toplum savaşıdır. Makinesini iyi kullandığı anda topluma yararlı olacaktır. Fotoğraf yazıdan ayrı ilgi uyandıran bir konudur. Okuyucu görüntüye kesinlikle inanır. Gördüğü için onun üzerindeki etkisi belki yazıdan büyük olacaktır. Foto muhabirleri yalan söyleme olasılığını engeller. Görüntüyü olduğu gibi aktardığı için bu olasılık ortadan kalkar. Toplumu bilinçlendirmede etkindir.

Türkiye'de 1950 yılından sonra 35 mm. kameraların 36 poz çekme gibi bir imkanı getirmesinden sonra muhabirlerimiz geniş açıları, normal objektifleri, teleobjektifleri tanıdılar ve bunları

kullanarak değerlendirmişlerdir. Basında son model makineler teknik açıdan önemlidir. Mü-
him olan deklanşöre basacak makine arkasındaki
şahıstır. Gazetelerdeki teknolojik gelişmeler foto
muhabirinin fotoğraf editörüyle olan ilişkilerini
kolaylaştırmıştır. Bilgisayar teknolojisinin geli-
şmesi, internet sitelerinde fotoğraf eğitimini ve
görselliğini arttırmıştır. Dijital makineler basında
zaman ve masraf bakımından büyük faydalar
sağlamıştır. Uydular sayesinde fotoğraf çekimle-
ri ve transferleri kolaylaşmıştır.

Günümüz yüzyılındaki elektronik gelişmeler ya-
zılı ve sözlü basınımızda çok büyük ilerlemeler
getirmiştir.

Fotoğraf sektörü dışa bağımlı bir sektördür. Film
kayıt ve teknik parçalar yurtdışından sağlanmak-
tadır. Türkiye'de acilen yerli bir fotoğraf sektörü-
ne yatırım yapılması, basında veya amatör kitle-
lere daha iyi bir görsel imaj gelişmesi sağlaya-
caktır. Ayrıca yazılı basınımız daha kaliteli ve
sağlıklı fotoğraflara yer vermelidir. Gazete say-
faları dolsun diye fotoğraf kullanılmamalıdır. Bi-
rey toplum ve devlet olarak gerekli önlemleri al-
madığımız, sorumluluklarımızı üstlenmediğimiz

takdirde, hiç de uzak olmayan bir gelecekte kül-
türel açıdan hangi noktaya geleceğimizi hep bir-
likte göreceğiz.

KAYNAKLAR

- Akyürek R (1985) Günlük Gazetelerin Magazin
Eklerinin Biçim ve İçerik İncelemesi, Anadolu
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek
Lisans Tezi, Eskişehir.
- Gürbüz S (1981) Temel Gazetecilik, Filiz Kita-
bevi, İstanbul.
- Kaya R (1984) Basın ve Sorunları, Basın 80-84,
Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Ankara.
- Tokgöz O (1981) Temel Gazetecilik, A.Ü.SBF
Yayınları, 100. Doğum Yılında Atatürk'e Arma-
ğan Dizisi, 19.
- AFSAD Fotoğraf Dergisi (Mayıs 1984) Basın ve
Fotoğraf Özel Sayısı, Sayı:18.
- Refo Fotoğraf Dergisi, (1988) Sayı:2.
- Demirtaş C (1984) Babıalının Şu Son Kırk Yılı,
Milliyet Yayınları. İstanbul.
- Cumhuriyet Dergi (1990) Fotoğrafın 150 Yılı. ■