DİJİTAL FOTO MUHABİRLİĞİ:
MESLEĞİN DÖNÜŞÜMÜNE DAİR NİTEL BİR ÇALIŞMA

Savaş Onur Şen

DOKTORA TEZİ
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Övünç Meriç Fermanoğlu

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Haziran 2018

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Savaş Onur ŞEN "Dijital Foto Muhabirliği: Mesleğin Dönüşümüne Dair Nitel Bir Çalışma" başlıklı tezi 08/06/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, İletişim Anabilim Dalında Doktora tezi **oy birliğiyle / oy çokluğuyla** olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	: Dr.Öğr.Üyesi Övünç MERİÇ FERMANOĞLU	.....
Üye	: Prof.Dr.Gül BATUŞ	.....
Üye	: Doç.Dr.Gürdal ÜLGER	.....
Üye	: Doç.Dr.Selva ERSÖZ	.....
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nil AKSOY KİREÇCİ	.....

Doç.Dr.Ahu TUNÇEL ÖNKAL

Enstitü Müdürü

İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu tezin bana ait özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

20../06../2018

(Islak İmza)

Öğrencinin Adı ve Soyadı

Sonay Onur Sen

TEŞEKKÜR

Çalışmamın başından itibaren desteklerini esirgemeyen Danışman Hocam Dr. Öğretim Üyesi Övünç Meriç Fermanoğlu'na ve Tez İzleme Komisyonu üyesi hocalarım Doç. Dr. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Doç. Dr. Gürdal Ülger'e teşekkürü borç bilirim.

Ders döneminde yaşadığım sağlık sorununun ardından destekleri ile doktoraya devam etmemi sağlayan hocam Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan'a şükranlarımı sunarım.

Başta Abdurrahman Antakyalı ve Sedat Suna olmak üzere değerli vakitlerini ayırarak çalışmaya katılan foto muhabirleri; Arif Akdoğan, Özge Elif Kızıl, Emin Özmen, Kürşad Bayhan, Murad Sezer, Serra Akcan, Tümay Berkin ve Ümit Bektaş'a teşekkür ederim.

Dr. Öğretim Üyesi Arzu Ertaylan, Dr. Öğretim Üyesi Neslihan Akpınar ve Dr. Öğretim Üyesi Nergiz Karadaş özelinde Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ailesine ayrıca teşekkür etmek istiyorum.

Son olarak, her zaman yanımda olan eşim Özgür Genç Şen'e ve kızım Işık'a ve hiçbir zaman desteklerini eksik etmeyen annem Hatice Şen ve babam Nazir Şen'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZ

DİJİTAL FOTO MUHABİRLİĞİ:
MESLEĞİN DÖNÜŞÜMÜNE DAİR NİTEL BİR ÇALIŞMA

Savaş Onur Şen
Doktora Tezi
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Övünç Meriç
Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018

Foto muhabirliğinin düşünsel temelleri gerçeğe tanıklık ve onu insanlara aktarma düşüncesine dayanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde, bu düşünce foto muhabirliğinin misyonu haline gelmiş, bu misyon yaşanan teknolojik ve toplumsal gelişme ve dönüşümlerden etkilenerek evrimsel bir çizgide günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. 1970'li yıllarda yaşanan toplumsal dönüşüm ve dijital teknolojinin getirileri foto muhabirliğini kökten etkilemiştir. Dijital teknoloji ve yeni medya ortamları ile birlikte fotoğrafların aktarım hızı artmış, sunum biçimleri ve kitleler üzerinde yarattığı etkinin boyutlarında farklılıklar meydana gelmiş, kısacası foto muhabirliğinin üretim ve tüketim alanlarında kapsamlı değişiklikler yaşanmıştır. Bu çalışma, yaşanan değişimin boyutlarını saptamak amacıyla nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda hem tarihin hem de yaşanan değişimin tanığı olan foto muhabirlerinin görüş, algı ve duyumları bütüncül ve derinlemesine bir yaklaşımla gerçekleştirilen görüşmeler vasıtasıyla ortaya konmuştur.

Anahtar Sözcükler: Foto muhabirliği; Sanayi sonrası toplum; Yeni medya.

ABSTRACT

DIGITAL PHOTOJOURNALISM: A QUALITATIVE STUDY ON TRANSFORMATION OF THE PROFESSION

Savaş Onur Şen
PhD Thesis
Communication Studies Department
Thesis Advisor: Asist. Prof. Dr. Övünç Meriç
Maltepe University The Graduate School of Social Sciences 2018

The intellectual basis of the photojournalism is based on the idea of witnessing the truth and disseminating it to the people. In the historical process, this thought has become the mission of the photojournalism, and this mission has survived in an evolutionary line until today, affected by technological and social developments and transformations. The social transformation that took place in the 1970s and the yields of digital technology radically affected photojournalism. Along with digital technology and new media environments, transfer speed of photos has increased; the format of the presentation and the dimensions of the effect it has created on society have changed. In short, there have been extensive changes in the production and consumption areas of photojournalism. This study was carried out by qualitative research method to determine the dimensions of the change. In this respect the opinions, perceptions and senses of the photojournalists, as witnesses to both the history and the change, have been revealed through interviews with a holistic and in-depth approach.

Keywords: Photojournalism; Post-industrial society; New media

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iiv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
ÇİZELGELER LİSTESİ iix
ÖZGEÇMİŞ x
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
1.1. Problem 1
1.2. Amaç 2
1.3. Önem 3
1.4. Araştırma Soruları 4
1.5. Sınırlılıklar 4
1.6. Tanımlar 5
BÖLÜM 2. YÖNTEM 6
2.1. Araştırma Modeli 6
2.2. Örneklem ve Katılımcı Profilleri 7
2.3. Veriler ve Toplaması 17
2.4. Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması 18
BÖLÜM 3. SANAYİ SONRASI TOPLUM 19
3.1. Sanayi Sonrası Toplum'un Temelleri 19
3.2. Sanayi Sonrası Toplum Kuramları 29
3.2.1. Post Fordizm 29
3.2.2. Enformasyon Toplumu 32
3.2.3. Postmodernizm 38
3.3. Dönüşümün Boyutları 40
3.3.1. Üretimin Dönüşümü 40
3.3.2. Tüketimin Dönüşümü 44
3.3.3. Emeğin Dönüşümü 48
3.3.4. İmgenin Dönüşümü 53
BÖLÜM 4. YENİ MEDYA VE FOTO MUHABİRLİĞİ 61

4.1. Yeni Medyanın Temel Özellikleri 61
4.2. Foto Muhabirliği ve Dijital Dönüşüm 67
4.2.1. Foto Muhabirliğinin Tarihsel Kökenleri 71
4.2.1.1. İlk Örnekler 71
4.2.1.1.1. Savaş Alanları 74
4.2.1.1.2. Belgesel Tavır 75
4.2.1.2. Altın Çağ 76
4.2.1.2.1. Resimli Dergiler 78
4.2.1.2.2. Estetik Temeller 80
4.2.1.2.3. Fotoğraf Ajansları 81
4.2.1.3. Foto Muhabirliğinin Sonu Tartışmaları 82
4.2.2. Dijital Foto Muhabirliği 84
BÖLÜM 5. BULGULAR VE YORUMLAR 87
5.1. Bulgular 87
5.1.1. Tanıma İlişkin Bulgular 87
5.1.2. Dönüşüme İlişkin Bulgular 100
5.1.2.1. Hıza İlişkin Bulgular 110
5.1.2.2. Dijital Manipülasyona İlişkin Bulgular 115
5.1.2.3. Anlatı – Üsluba İlişkin Bulgular 125
5.1.2.4. Sosyal Medyaya İlişkin Bulgular 132
5.1.2.5. Yurttaş Foto Muhabirliği'ne İlişkin Bulgular 138
5.1.2.6. Foto Muhabiri Emeğine İlişkin Bulgular 144
5.1.2.7. Etkiye İlişkin Bulgular 154
5.1.3. Foto Muhabirliğinin Geleceğine İlişkin Bulgular 162
BÖLÜM 6. SONUÇ 177
EK'LER 181
Ek 1 Görüşme Formu 181
KAYNAKÇA 183

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Katılımcılar 87

ÖZGEÇMİŞ

Savaş Onur Şen

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Yüksek Ls.	2009	Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı
Ls.	2002	Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi
Lise	1995	Hoca Ahmed Yesevi Lisesi, Eskişehir

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2002 -	Araştırma Görevlisi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı : Eskişehir Cinsiyet: Erkek
Yabancı diller : İngilizce
GSM / e-posta : 05512060306 / savasonursen@gmail.com

BÖLÜM 1. GİRİŞ

1.1. Problem

Gerçekliği algılama ve aktarma çabası insanoğlunun tarihin ilk çağlarından itibaren ortaya koyduğu figüratif hale getirme çabalarının da temelini oluşturur. Gerçek olan aktarılmalı, yeniden canlandırılmalı, yeniden sunulmalı, algılanma şekillerine ilahi anlamlar atfedilmeli ve nihayetinde var olan, kült değer kazanarak, aktarımı ritüel hale gelmelidir. İnsanoğlunun gerçeklikle olan ilişkisi, onun yaşamının temel dayanak noktasıdır. Hakikate ilişkin yaklaşımlar ve içinde yaşanan gerçeklik, insanoğlunun yeryüzündeki varlığını, türsel gelişimini ve varoluş sürecinin temel prensiplerini oluşturan en önemli unsurlardır. İçinde yaşanılan gerçeklik ile olan ilişkisi, varoluş sürecinde, insanoğlunun fiziksel gelişimini olduğu kadar, duyusal yapısını, algılarını ve tutumlarını da belirlemiştir. Yanı sıra, hakikatle olan ilişki insanoğlunun etik, din, kimlik gibi soyut kavramlarla ilişkisini biçimlendirmiştir. Bu sebeple XIX. yüzyılın yüksek titreşimli ve şok edici ikliminde dünyaya gelen fotoğraf, görsel alanda devrimsel yeniliklere kapı açarak ve diğer sanatları da etkileyerek, bir çok keşfe ya da teknolojik yeniliğe göre düşünsel alanı çok daha derinlemesine etkilemiştir.

Gerçekliğe ilişkin iddia fotoğrafın ilk yıllarından itibaren temel tartışma konusu olmuştur. Artık dünya yüzeyinde görüntüleri birebir aktarabilen bir aletin var olduğu Fransız Bilimler Akademisi tarafından açıklanırken, aletin bu özelliğiyle bilimlere yardımcı olacağı vurgulanmıştır. Baudelaire bu aletin kopyalama yaparsa faydalı olacağını ama sanat alanına girerse sanatın üstünde tepineceğini iddia etmiştir. Diğer taraftan görüntülerin birebir aktarılabilmesi bir çok dini yapılanma tarafından şiddetle kınanmıştır. Bunun tanrısal olana karşı koymak olduğu iddia edilmiştir. Gabriel Garcia Marquez'in Yüz Yıllık Yalnızlık adlı romanında Jose Arcadia Buendia'nın çingene Melquiades'ten aldığı fotoğraf makinesi ve laboratuvarıyla yapmaya çalıştığı şey fotoğrafın insanları ittiği temel hissiyatla birebir ilişkilidir. Buendia fotoğraf makinesini tanrının varlığını kanıtlamak için kullanmaya çalışmıştır. Gerçekliği aktarmak onu yaratmak kadar önemli bir güçtür. Bu güce sahip olan aygıt onu kullanana gücü aktarır. Fotoğraf makinesinin onu kullanana verdiği hissiyat budur. İlk yıllarından itibaren fotoğrafın bir şeylerin varlığını kanıtlamaya ilişkin kullanımına dair ısrar daha sonraları

ortaya çıkacak olan farklı fotoğraf akımlarının temel iddiası haline gelecek ve fotoğrafın en güçlü akımlarından birine evrilecektir. Henüz, fotoğraflanabilme özelliğine sahip olan her şeyin fotoğraflanmadığı zamanlarda dev fotoğraf ekipmanlarını atlı arabalarına yükleyen fotoğrafçılar dünyayı görsel kopyalarını alarak fethetmeye başlayacaklardır. Gerçekliği aktarma gücüne sahip olan aleti kullanan fotoğrafçılar kendilerini aletle özdeşleştirerek tarihin tanığı misyonunu üstlenecek, savaşlara, yoksulluğa, çocuk işçilere, toplumsal sorunlara bu güdüyle tanıklık ederek sorumluluk duygusuyla fotoğrafları insanlara ulaştıracak böylelikle belgesel fotoğraf ve foto muhabirliğinin temellerini atacaklardır.

İlk örneklerinin ortaya konulmasının ardından tarihsel süreçte teknolojiyle koşut bir biçimde ilerleyişini sürdüren bu yaklaşım günümüzde dijital foto muhabirliğine evrilmiştir. Bu süreçte fotoğraf teknolojileri tarafından belirlenen koşulların yanı sıra toplumsal alan ve medya da foto muhabirliğinde yaşanan dramatik değişimler üzerinde etkili olmuştur. 1970'li yıllardan itibaren üretim sisteminin farklılaşması ile birlikte sanayi sonrası toplum ortaya çıkmış bununla bağlantılı olarak insan yaşamına ilişkin önemli dönüşümler meydana gelmiştir. Diğer taraftan sonraki yıllarda ortaya çıkacak olan yeni medya ortamları pek çok boyutta foto muhabirliğini etkilemiştir.

Çalışmada foto muhabirliğinin dijital teknoloji ile birlikte yaşadığı dönüşüm profesyonel foto muhabirlerinin algı, düşünce ve görüşleri çerçevesinde nitel araştırma yöntemiyle ortaya konmuştur.

1.2. Amaç

Teknolojik ve toplumsal değişim ve dönüşümler fotoğraf üretim ve dağıtım sistemlerinde olduğu kadar insanların fotoğraf ve imgeye dair algılarında da değişikliğe yol açmıştır. Fotoğraf başlı başına teknolojik bir araçtır, icat edildiği yıllardan günümüze kadar teknolojik gelişmelere koşut olarak gelişimini sürdürmüştür. Bu süreçte imge üretim sistemi olarak fotoğrafın algılanmasından etkisine kadar kitleler nezdinde alımlanma biçimleri de değişime uğramıştır. Fotoğrafın gerçeklikle kurduğu ilişki ya da onun gerçekliği yansıttığına dair olan iddia temelde belgesel fotoğraf ya da foto muhabirliği tarafından sürdürülmektedir. Bu iki fotoğraf yaklaşımı temel olarak aynı noktadan hareket etse de üslup ve üretim biçimleri olarak birbirinden ayrılmaktadır. Bu çalışmada foto muhabirliği diğer bir deyişle basın fotoğrafı ele

alınmaktadır. 1970'li yıllarda meydana gelen toplumsal değişim ve sonrasında dijital teknolojinin getirileriyle birlikte foto muhabirliği alanında köklü değişimler yaşanmıştır. Yaşanan değişimleri saptayarak, alan profesyonellerinin algı ve görüşleri çerçevesinde derinlemesine bir yaklaşımla ele almak ve bütüncül bir projeksiyon sunmak çalışmanın amacını oluştur.

1.3. Önem

Fotoğraf yaşanan teknolojik gelişmelerle evrimsel bir süreçten geçerek gelişimini sürdürse de bu gelişmeler arasında fotoğrafı dijital teknoloji kadar etkileyen olmamıştır. Dijital teknoloji, fotoğrafı hem üretim ve dağıtım hem de etki açısından dramatik bir biçimde değişime uğratmıştır. Fotoğraf bütün bu süreç içinde evrimsel bir yol izleyerek varlığını sürdürmüştür. Foto muhabirliği, basın fotoğrafı, haber fotoğrafı gibi terimler temel olarak aynı noktaya gönderme yapar. Teknolojik gelişmeler, görevi fotoğraf makinesi ile tanıklık sağlamak ve olayları fotoğraflarla aktarmak olan foto muhabirlerini çalışma koşullarından, işlerini aktarma hızına, etik kriterlerinden, üsluplarına kadar geniş bir çerçevede etkilemektedir.

Tarihsel gelişimi içinde foto muhabirliği yalnızca fotoğraf teknolojilerindeki değişimle değil, baskın medya paradigmasının değişmesiyle ve izleyici/alıcının algılama ve anlamlandırma süreçleriyle de etkileşimli bir şekilde varlığını sürdürmüştür. Dijital teknolojinin yaygınlaşmaya başladığı XX. Yüzyılın son on yılından itibaren, medya kuruluşlarının teknolojik altyapılarının değişmesiyle birlikte analog fotoğraf makinelerinin yerini dijital makineler, karanlık odaların yerini ise bilgisayarlar almaya başlamıştır. Kablosuz ağlarla birlikte, fotoğraf ve veri aktarımı hem kolaylaşmış hem de hızlanmış, ileriki yıllarda ortaya çıkacak olan yeni medya, internet haberciliği, sosyal medya gibi günümüz insan hayatında olmazsa olmaz pozisyonunda bulunan kavramların temeli atılmıştır. Bu süreçte fotoğraf ve foto muhabirliği birçok boyutta değişime uğramış, foto muhabirleri ise hem bu değişimin, hem de işlerinin gereği, hayatın tanığı olarak karşımıza çıkmıştır. Bu değişim sürecinde çalışan ve üreten birer birey olarak foto muhabirlerinin algı, duyum ve düşünceleri önemlidir. Çalışmada ortaya konan alan yazın çerçevesinde, foto muhabirleriyle yapılan derinlemesine görüşmeler yoluyla, dijital teknolojinin alanda yapmış olduğu değişim derinlemesine ve bütüncül bir biçimde ortaya konmuştur. Çalışma öncesi yapılan araştırmada bu alanda

yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Özellikle meslek profesyonellerini içine alan ve dijital teknoloji ve foto muhabirliğinde yarattığı etki ile ilgili algı, görüş ve düşüncelerini ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın bu alanda yapılacak çalışmalara, meslek profesyonellerine ve hatta fotoğraf alanında verilecek olan eğitim içeriğine katkı sağlayacağı ve zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırma Soruları

Dijital teknolojinin foto muhabirliğinde yarattığı değişimleri ortaya koymak amacıyla tezde aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

- Yaşanan teknolojik dönüşümün foto muhabirlerinin ürünlerinin üretim ve dağıtım süreçlerine etkisi nedir?
- Foto muhabirlerinin üretimlerinin izleyici/alıcı tarafından anlamlandırılma sürecinde ne gibi değişiklikler meydana gelmiştir?
- Değişen medya ve fotoğraf ilişkisi içinde fotoğrafın üretim ve tüketim aşamalarında yaşanan problemler nelerdir?

1.5. Sınırlılıklar

Çalışmanın evrenini Türkiye'deki foto muhabirleri oluşturmaktadır. Bu evren dahilinde belirlenen örneklem yöntemiyle katılımcı listesi belirlenmiş, öncelik listesine göre sıralanarak katılmayı kabul edenler çalışmaya dahil edilmiştir.

Foto muhabirliği, bir taraftan bir organizasyon şeması içinde belirli görev tanımlarına sahip bir meslek diğer taraftan ise tarihsel süreçte gelenekleri, estetik yapısı, etik kuralları ve anlatım diliyle bir fotoğrafik yaklaşımdır. Bu kapsamda foto muhabirliğine ilişkin gerçekleşebilecek çalışmalar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Çalışmanın sınırlılıkları dahilinde, erkek egemen bir yapıya sahip olan foto muhabirliğinde; toplumsal cinsiyet, telif hakları konusuyla ilgili; fikri mülkiyet, çalışma koşulları itibarı ile; maddi olmayan emek, taşeronlaşma ve güvencesizleşme, tükenmişlik sendromu, anlatım dili ile ilgili; estetik gibi alanlara ilişkin noktalar dışarıda bırakılmıştır.

1.6. Tanımlar

EXIF (Exchangeable Image File): Dijital fotoğraf makinesi ile çekilmiş fotoğrafların barındırdığı, içerisinde çekim tarihi, çekim ayarları gibi bilgiler bulunan ve farklı yazılımlarla görüntülenerek fotoğraf hakkında bilgi veren dosyadır.

ISO (International Standards of Organizations): Dijital fotoğraf makinesi sensörlerinin ışığa duyarlılık derecesini gösterir. Yüksek ISO değerleri daha düşük ışık koşullarında fotoğraf çekilmesine olanak tanımaktadır.

Raw Format: Dijital fotoğraf makinelerinde çekilen görüntünün işlenmeden ham haliyle kaydedildiği dosya formatıdır.

BÖLÜM 2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada örnek kitleden yola çıkarak bir bütüne ilişkin genellemeler yapmak ya da nicel verilerle kesin kanılar ortaya koymaktan ziyade ana içeriğin derinlemesine ve ayrıntılı olarak irdelenmesi amaçlanmaktadır. Bu nedenle araştırma konusuna ilişkin derinlemesine ve bütünsel bir projeksiyon sunabilmek, konunun derinliklerini keşfetmek ve elde edilen verileri betimlemek ve yorumlamak adına nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır. Nitel araştırma yöntemleri, araştırmacının esnek olmasını, toplanan verilere göre araştırma sürecini yeniden biçimlendirilmesini ve gerek araştırma deseninin oluşmasında gerekse toplanan verilerin analizinde tümevarıma dayalı bir yaklaşım izlemesini gerektirir (Yıldırım, Şimşek, 2013: 45-46). Nitel araştırma yöntemlerinin en önemli katkılarından biri, toplanan verilerin kişilerin deneyimlerinin, düşüncelerinin, duygularının ve davranışlarının dokusunu karmaşıklığını ve farklı boyutlarını görülür ve anlamlı kılmadaki rolüdür (Şekerler, 2015: 186).

Durum çalışması, güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasında sınırların kesin hatlarıyla belli olmadığı ve birden fazla kanıt ya da veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül araştırma yöntemidir (Yin'den aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2013: 313). Nitel durum çalışmasının temel özelliği bir ya da bir kaç durumun derinliğine araştırılmasıdır. Bir duruma ilişkin ortam, bireyler, olaylar, süreçler gibi etkenler bütüncül bir yaklaşımla araştırılır ve ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanılır. Araştırılan durumlar birbirinden farklı olduğu için sonuçların genelleme yapılması söz konusu değildir. Ancak bir duruma ilişkin olarak elde edilen sonuçların benzer durumların anlaşılmasına yönelik örnekler ve deneyimler oluşturması beklenir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 83). Durum çalışmaları karmaşık istatiksel analizlerle bulguların elde edildiği deneysel çalışmalar yerine bir

kişi, olay ya da kurumu derinlemesine boylamsal olarak inceleyen özgün çalışmalardır. Araştırmacı, sosyal dokuyu, dokuyu oluşturan bireyleri, süreçleri, oluşturulmuş desenleri, ortamı ve bireysel deneyimleri ortaya çıkarmaya çalışır (Paker, 2015: 119-120).

Durum çalışması nasıl ve niçin sorularını temel alan, araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinliğine incelenmesine olanak veren araştırma yöntemidir (Yıldırım, Şimşek, 2013: 313). Durum çalışmasının amacı belli bir konuyu, problemi veya meseleyi ve problemi en iyi şekilde anlamak için seçilmiş durum ya da durumları anlamak olabilir. Bu araçsal bir durum olarak adlandırılır. Araçsal durum çalışmasında araştırmacılar bir konu veya soruna odaklanır ve sonra bu konuyu örneklemek için sınırlı bir durum seçer (Stake'ten aktaran Cresswell, 2013: 98-99). Bu sebeple çalışmada dijital teknolojinin foto muhabirliği alanında yarattığı etkiyi, alan profesyonellerinin gözlem, algı ve düşünceleri çerçevesinde betimlemek ve ortaya koymak adına nitel araştırma yöntemlerinden araçsal durum çalışması kullanılmıştır.

2.2. Örneklem ve Katılımcı Profilleri

Çalışmayı gerçekleştiren araştırmacının, geçmiş yıllarda medyada foto muhabiri olarak çalışmış olması ve halen belgesel fotoğrafçı olarak hayatını sürdürüyor olması örneklem seçiminde etkili olmuştur. Bu doğrultuda çalışmada amaçlı örneklem yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği kullanılarak belirlenen on kişiyle görüşülmüştür. Kartopu örnekleme yaklaşımı, araştırmacının problemine ilişkin zengin bilgi kaynağı olabilecek birey ya da durumların saptanmasında özellikle etkilidir. Çalışmanın ilk örneklemi oluşturulduktan sonra araştırma süreci içinde daha önce ulaşılan kişilerin önerilerinden yola çıkılarak listeye daha fazla birey dahil edilecek ve liste kartopu gibi büyüyecektir. Sonraki aşamalarda listeden ön plana çıkan ve kritik olan bireyleri seçmek mümkün olacaktır (Yıldırım, Şimşek, 2013: 139-140). Bu noktada araştırmacının kişisel deneyimleri, alanla ilgili bilgi birikimi ve sosyal ilişkileri gibi etkenler dahilinde foto muhabirliği evreni içinde temsil kapasitesi yüksek iki kişi belirlenmiştir. Bu iki kişi ile yapılan görüşmelerde yirmi kişilik bir liste belirlenmiş, öncelik sırasına göre on iki kişiye ulaşılmıştır. Görüşülmek istenen bireylerden biri çalışmanın yapıldığı tarihlerdeki yoğunluğu nedeniyle zaman ayıramayacağını belirtmiştir. Bir diğeri görüşme öncesinde yapılan şehirlerarası telefon görüşmesinde

araştırmaya katılmaya istekli görünmüş, kendisiyle belirli bir tarih aralığı için randevulaşılmıştır. Araştırmacı görüşme için Ankara'ya gittiğinde görüşmeci yoğunluğunu belirtmiş ancak buna rağmen vakit ayıracağını ifade etmiştir. Randevu saatinde ise kendisinden haber alınamamış sonrasında ise telefona yanıt vermemiştir.

Araştırmacının gözlemleri dahilinde basın piyasasında çalışan kadın foto muhabiri sayısı toplama oranla %10 - %20 arası olarak belirlenmiştir. Kaldı ki World Press Photo'nun dünya genelinde 1991 kişiyle yaptığı anket çalışması sonucu ortaya çıkan *"The State of News Photography 2016"* adlı raporunda ankete katılan kadın foto muhabiri oranı da %15 olarak belirlenerek araştırmacının gözlemini desteklemektedir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında 2 kadın foto muhabiri ile görüşülmüştür.

Dijital teknolojinin gelişimi, internet ve yeni medyalarla birlikte yerel-ulusal-uluslararası ayrımı arasındaki sınırlar geçirgen hale gelmiştir. Bu sebeple foto muhabirlerinin bünyesinde çalıştığı ajanslardan bahsedilirken, ulusal ya da uluslararası ajans tabiri yerine yerli ve yabancı kökenli ajans tabiri kullanılacaktır. Çalışmaya katılan foto muhabirlerinden 4'ü yabancı kökenli, 3'ü ise yerli kökenli ajanslar bünyesinde çalışmaktadır. Yabancı kökenli ajanslarda çalışan foto muhabirlerinden biri kolektif yapıya sahip bir fotoğraf ajansının üye adayı statüsünde bulunmakta ve ajans tarafından temsil edilmektedir. Yabancı kökenli ajanslarda çalışan foto muhabirlerinden bir diğeri Türkiye fotoğraf editörü statüsünde, diğer ikisi ise foto muhabiri statüsünde bulunmaktadır. Yerli kökenli ajanslarda çalışanlardan ikisi ajansın kurucu ortağıdır, diğer görüşmeci ise foto muhabiri olarak görev yapmaktadır. Katılımcılardan biri ulusal gazetede çalışmaktadır. Bir diğeri bir sosyal medya haber platformunda görev yapmakta, son katılımcı ise serbest foto muhabiri olarak çalışmaktadır.

Katılımcıların yaş aralığı 33 ila 50 arasında değişmekte, meslek hayatında en az tecrübeye sahip katılımcı 4, en fazla tecrübe sahibi katılımcı ise 30 yıldan beri bu mesleğin içindedir. Katılımcıların gelir dağılımı ise 3 bin ila 15 bin TL aralığındadır.

Bu araştırmada amaç örneklemden yola çıkarak genelleme yapmak değildir. Ele alınan konuyla ilgili derinlemesine ve bütüncül bir resim ortaya koymak, görüşülen kişilerin görüş, yorum ve algıları çerçevesinde foto muhabirliği alanında yaşanan dönüşümü ortaya koymak araştırmanın temel amacını oluşturur. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma geleneği içeresinde ortaya çıkmış olan amaçlı örnekleme yöntemleri

kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak tanımaktadır (Yıldırım, Şimşek, 2013: 135).

Nitel araştırmada kullanılan bir örnekleme yöntemi olan amaçlı örneklem, araştırmacının bireyleri ve mekânları çalışma için seçmesi anlamı gelir. Çünkü bu kişiler çalışma probleminin ve çalışmanın merkezi fenomeninin anlaşılmasına yönelik istekli olarak bilgiler verebileceklerdir (Cresswell, 2013: 156). Diğer araştırmalardan farklı olarak durum çalışmalarında ayrıntılı ve derinlemesine bir araştırma yapılacağından örneklem grubu daha az sayıda birey ya da birimden oluşmaktadır (Paker, 2015: 124).

Bu kapsamda çalışmaya; Abdurrahman Antakyalı, Arif Akdoğan, Elif Özge Kızıl, Emin Özmen, Kürşad Bayhan, Murat Sezer, Sedat Suna, Serra Akcan, Tümay Berkin ve Ümit Bektaş dahil edilmiştir.

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olan Abdurrahman Antakyalı yerli kökenli bir ajansta önce stajyer olarak çalışmaya başlamış, ardından ajans kadrosuna geçmiştir. 1989 yılından bu yana aktif bir şekilde meslek hayatını sürdüren Antakyalı, ajansta Fotoğraf Servisi Müdür Yardımcılığı ve Fotoğraf Servisi Müdürlüğü görevinde bulunmuş 2010 yılında kendi isteğiyle yönetici görevinden ayrılmıştır. 2012 yılında ise emekli olarak kendi fotoğraf ajansını kurmuştur. Antakyalı evli ve bir kız çocuğu babasıdır. Gazetecilik Antakyalı için çocukluğundan bu yana kurduğu bir hayaldir. Antakyalı gazetecilikle ilişkisinin başlama sürecini şu şekilde ifade eder, "*Çocukluğumdan beri hayalimde gazeteci olmak vardı, öyküsü de eğlencelidir aslında, birazcık tuhaf bir durumdur. Size ilham verecek rol modeller arıyorsunuz çocukluğunuzda. Bilinçli olmadan gördüğünüz bir şey sizi etkileyebiliyor. İskenderun Esentepe Mahallesi'nde büyüdüm, kenar mahallelerden bir tanesiydi. 12 Eylül öncesinde de çok yoğun terörün yaşandığı bir ortamdı. Bir gün bir kahvehane taranmıştı. Ekmek almaya gittiğim fırının yanındaydı kahvehane. Orada iki üç kişi hayatını kaybetmişti, yaralılar da vardı. Bir gazeteci gelmiş, yerel gazeteci, elinde fotoğraf makinesi ile. Eski foto muhabirliğinin bir yöntemi vardı, anlatıma canlılık katmak için. Örneğin kurşun deliğini bir kişi parmağıyla gösterecek, yolda bir kanalizasyon patlamışsa orayı bir kişi parmağıyla gösterecek. Dedi ki "ya şu camı bir kişiye parmağıyla göstertemiyorum, insanlar çekiniyor. Gel bakalım sen" dedi. Bir*

elimde ekmekle camı gösterirken fotoğrafım ertesi gün gazetede çıktı. Bana çok eğlenceli, önemli bir iş gibi geldi. Esentepe Mahallesi'nde gördüğüm en önemli insanlardan bir tanesiydi o süreç içerisinde. Dedim bu gazetecilik çok güzel bir şeymiş. İlkokul öğretmenimiz de her gün gazeteden iki haber okutuyordu bize. Gündemde ne olduğunu ilkokuldan bize öğretmeye çalışıyordu. Hayatım, kim sorsa, gazeteci olacağım diye geçti. Üniversite tercihlerimin tamamı iletişim fakülteleriydi ve onlardan bir tanesinden mezun oldum." Antakyalı gazeteciliği hedef seçtiğini ancak şartların kendisini foto muhabiri yaptığını belirtmekte ayrıca ilk andan itibaren meslek hayatı boyunca yaptığı işi çok sevdiğini ve hobisinden para kazandığını eklemektedir. Antakyalı kendisini foto muhabiri olarak, *"Çektiği fotoğrafları sadece bugünü kurtarmak için değil ileriden geçmişe baktığımda da insanlara fikir vermesi çerçevesinde konsantre olmuş, bunu becermeye gayret etmiş, son dönemlerinde de işin fotoğraf çekme boyutundan fotoğraf ajansı yöneticiliğine evirilmiş bir kişiyim. Mesleğim beni hep çok heyecanlandırdığı için sürekli kendimi yenilemeye ve bu mesleğin her alanında üretmeye çalıştım. Geldiğim nokta şimdi ajans yöneticiliği ama foto muhabirliğini de bırakmıyorum"* sözleriyle ortaya koymaktadır. Antakyalı ile görüşme Ankara'da bir kafede yapılmıştır. Antakyalı'nın alanla ilgili engin bilgi birikimini aktarmak konusunda oldukça istekli olduğu gözlemlenmiştir. Antakyalı foto muhabirliğinin hukuk ve finans gibi çok farklı boyutlarını da ortaya koymuştur. Araştırmacıyla yıllar öncesine dayanan tanışıklığı nedeniyle rahat ve geniş kapsamlı bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme yaklaşık iki saat sürmüş, katılımcıyla dört saatin üzerinde vakit geçirilmiştir.

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü'nden mezun olduktan sonra dil eğitimi için gittiği Amerika'da Grossmont College'de fotoğraf ve sinema ile ilgili sertifika programını tamamlayan Elif Özge Kızıl katılımcılar arasında en genç ve mesleki tecrübesi en az olanıdır. Kızıl fotoğraf eğitimi sırasında analog fotoğrafla tanışarak üretimler yapmış ancak meslek hayatına dijital teknoloji ile başlamıştır. Foto muhabirliği ile ilgili oldukça idealist olduğu gözlenen Elif, fotoğrafın kendisini ifade edebildiği bir tutku ve aşk olduğunu belirtmektedir. Fotoğrafın, insanların hayatına dokunabilme ayrıcalığı tanıdığını ve foto muhabirliğinin kendisine fotoğrafladığı insanlara geri dönüş sağlama şansı verdiğini belirtmektedir. Kızıl mesleğe başlama sürecini şu sözlerle ifade eder, "*Foto muhabirliğine başlangıcım biraz tesadüfi*

oldu diyebilirim. Üniversiteden sonra eğitimime devam etmek ve dil öğrenmek için Amerika'ya gittim ve dört buçuk sene kadar orada yaşadım. Döndüğümde iş başvurusu yapmak için portfolyo hazırlıyordum, İstanbul'da dergilere başvururum diye planlıyordum ki bir arkadaşım Anadolu Ajansı'nın foto muhabirliği akademisi açtığından bahsetti, ben de şansımı denedim. Akademiye kabul edildikten sonra iki aylık bir eğitim sürecinden geçtim. Bu süreç sonunda 30 kişi istihdam edildi, ben de aralarındaydım. Böylece Ankara'da foto muhabiri olarak çalışmaya başlamış oldum." Henüz meslekte 4 yıllık tecrübeye sahip olan Kızıl kendisini tam anlamıyla foto muhabiri olarak hissetmediğini belirtmektedir. Kızıl kendisini foto muhabiri olarak tanımlarken, "*14 senedir fotoğraf ile bir şekilde ilişki içerisindeyim, fakat bu meslek ile beraber yaptığım ve yapmak istediğim şeyin sadece fotoğraf çekmek olmadığını fark ettim. Birilerinin sesi olma derdi de böyle başladı. Elinizdeki fotoğraf karesi iki boyutlu olabilir ama içindeki her bir nesnenin bireyin, zamanın hikayesi sonsuz boyutlara taşıyabilir bakanı. Benim amacım zamanı dondurmak değil o zamanı tekrar tekrar yaşatarak paylaşmak ya da bir daha yaşanmamasını sağlamak"* ifadelerini kullanmaktadır. Elif'le görüşme Ankara'da bir kafede gerçekleştirilmiştir. Elif'in görüşme sırasında oldukça heyecanlı olduğu gözlenmiştir. Başladıktan kısa bir süre sonra kayıt durdurulmuş, katılımcının heyecanının yatışması için bir süre sohbet edilmiş ardından görüşmeye devam edilmiştir. Toplam 45 dakikalık kayıt alınmış, görüşmeciyle 2 saatin üzerinde vakit geçirilmiştir. Görüşme kaydının deşifreleri katılımcıya gönderilmiş, katılımcı tarafından derinlemesine ve geniş bir bakış açısıyla eklemeler yapılarak araştırmacıya eposta yoluyla ulaştırılmıştır.

Sedat Suna 20'li yaşlarında iken tanıştığı insanların yönlendirmeleri ile foto muhabirliği mesleğine başladığını, meslek hayatına başlamasında içinde bulunduğu politik ortamın da katkısının olduğunu ifade etmektedir. Lisede ya da öncesindeki kariyer planında bu mesleğe ilişkin her hangi bir fikrinin olmadığını ancak 2002 yılında bir ajansta işe başladıktan ve alana indikten sonra foto muhabirliğinin kendisini cezp ettiğini belirtmektedir. Suna meslek hayatında bir çok ajans ve gazetede çalışmıştır. Şu an ise yabancı kökenli bir ajansta görev yapmaktadır. Suna mesleğe bakış açısını şu şekilde ifade etmektedir, *"Foto muhabirliği benim için hayat tarzı. Çok önemli bir yemeğe de gitsem, bir arkadaşımın doğum gününe, düğününe de gitsem ya da ailemin yanına tatile gitsem, her zaman ekipmanım yanımdadır. Mesela bu en son gittiğim*

görevim de öyle oldu. Gaziantep'e ailemin yanına tatile gittim. Irak'taki Kürdistan Referandumu gündeme gelince sınırda askeri tatbikat oldu. Çok yakın olduğum için hemen ben geçtim. Yani 18:00'de ofiste makineyi bırakıp çıkma gibi bir meslek hayatım yok. Bir çok zaman şöyle hissederim, uzun işlerde özellikle. Ben sevdiğim işi yapıyorum birileri bana geçinmem için para veriyor." Suna halen Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde kayıtlı öğrencidir. Suna'nın mevcut medya yapısına ve fotoğrafın kullanım şekillerine ilişkin oldukça eleştirel ve muhalif bakış açısıyla yaklaştığı gözlemlenmiştir. Görüşme formunun ilk hali ile Suna ile internet üzerinden pilot görüşme yapılmış, iki saatin üzerinde süren görüşme, görüşme formunun hazırlanmasında katkı sağlamıştır. Suna her iki görüşmede de sorulara oldukça istekli ve aydınlatıcı bir şekilde yanıt vermiştir. Suna ile 6 saatin üzerinde zaman geçirilmiş, araştırmacı ile Suna'nın yıllar öncesine dayanan tanışıklığı nedeniyle görüşme oldukça samimi bir şekilde geçmiştir. Suna ile görüşme İstanbul'da çalıştığı ajansın ofisinde yapılmış, pilot görüşme dahil yaklaşık 120 dakika kayıt alınmıştır. Yer yer pilot görüşmede sağlanan bulgular da çalışmaya dahil edilmiştir.

Serra Akcan Türkiye'de İstanbul Üniversitesi'nde İktisat okumuş ardından Amerika'da Boston New England School of Photography'de iki yıl fotoğraf eğitimi almıştır. Türkiye'ye döndükten sonra gerçekleştirmek istediği fotoğraf projelerine bütçe sağlayabilmek adına farklı fotoğraf alanlarında çalışan Akcan 2003 yılında arkadaşları ile birlikte Türkiye'nin ilk kolektif fotoğraf ajanslarından birini kurarak foto muhabirliğine adımını atmıştır. Bağımsız olarak kendi projelerini gerçekleştiren Akcan gazete ve dergilerden görevlendirme almaktadır. Foto muhabirliğinden daha çok dokümanter ve sosyal belgesel alanları ile ilgilendiğini belirten Akcan bu mesleği seçme sebebini, *"Benim derdim, dert edindiğim şeyleri aktarmak. Kalemim çok kuvvetli değildir ama kuvvetlendirmeye çalışıyorum. Yazar olamayacağımı düşündüğümden dolayı araç olarak kendime fotoğraf makinesini seçtim. Fotoğraf çekerken çok daha rahat ilişki kurabiliyorum insanlarla, ortamlara çok daha rahat girip hikayeleri dinleyebiliyorum, alabiliyorum, yaşıyorum o yüzden bu mesleği seçtim"* sözleriyle ifade etmektedir. Akcan ile kurucusu olduğu ajansta görüşülmüş, bu görüşmeden 70 dakikalık kayıt alınmıştır.

Murad Sezer İstanbul Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu mezunudur. 1987 yılında bir gazetenin spor servisinde stajyer olarak görev

yapmaya başlayan Sezer, 1990 yılında kadrolu olarak profesyonel hayatına adım atmıştır. 30 yıllık foto muhabirliği hayatında bir çok gazete ve ajansta foto muhabiri olarak çalışmış olan Sezer şu an yabancı kökenli bir haber ajansının Türkiye Fotoğraf Editörü olarak görev yapmaktadır. Sezer kendi meslek hayatına bakışını, *"Kendimi işime adadım demeyeceğim, meslek profesyoneliyim. Bugün iş ayrımım yok, bu haberi çekmem oraya gitmem buraya gitmem yok. Bugünün gündemi ne ise bugünün haberi ne ise onu olabildiğince en iyi şekilde çekmeliyim. En iyi şekilde, haber anlamında yansıtmaya çalışırım. Kendimi meslekte en zor noktada görüyorum. Çünkü yaşım ilerledi. Bu yaştan sonra yeni iş imkanları, yeni teknolojilere ayak uydurmak ister istemez daha zor. Evli, çocuklu, yorgun, bıkkın, küskün bütün her şeyin birikiyor. Zor bir nokta, çünkü bir noktadan sonra tıkanıyorsunuz, benim pozisyonum gereği. Şu an dünyanın en önde gelen haber ajanslarından birisinin Türkiye'deki fotoğraf editörüyüm. Bu işin Türkiye'deki gelebileceğim en son noktası. Bir gazetede genel yayın yönetmeni olacak halim yok çünkü ben fotoğrafçıyım. Bu bir çok sorumluluk getiriyor. Birincisi, her fotoğrafı iyi çekmek zorundasınız. Her işi iyi yapmak zorundasınız, örnek olmak zorundasınız, hata payınız yok. Hem içeride hem dışarıda bir sürü zorluğu var. Öte yandan hızla gelişen teknoloji var, dijital fotoğrafçılık var, dijital teknolojiler var, sosyal medyalar var. Bunlara da aynı anda ayak uydurmanız lazım ve alttan gelen yetenekli fotoğrafçılar var. Yani rekabet, her şeye rağmen rekabet de devam ediyor, zor bir nokta, tıkanmadım ama zor"* sözleriyle özetlemektedir. Sezer, önceden planlanmış iki çekimi arasında görüşme için vakit ayırmış, iş yoğunluğuna rağmen, çalışmaya katkı sağlamak adına istekli bir tutum sergilemiştir. Sezer'le, İstanbul'da bir kafede görüşülmüştür ve 40 dakikalık kayıt alınmıştır.

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü mezunu olan Emin Özmen'in fotoğraf hayatı üniversiteye girmeden önceki yıllara dayanmaktadır. Öncesinde istemediği bir bölümde üniversite hayatına devam eden Özmen, hayatını fotoğraf üzerine kurmak adına bu bölümü bırakmış ve fotoğraf okumaya başlamıştır. Özmen 2004 yılında ilk belgesel projesini gerçekleştirmiş ve 2008'de profesyonel foto muhabirliği hayatına bir ulusal gazetede başlamıştır. Özmen şu an dünyanın en prestijli fotoğraf ajanslarından birinin aday fotoğrafçısı statüsündedir ve ajans tarafından temsil edilmektedir. Özmen'in fotoğraf ve foto muhabirliği ile ilişkisinin, bilinçli bir tercih olduğu ve belirli bir kariyer planı çerçevesinde geliştiği gözlemlenmiştir. Özmen bu

mesleğe başlama sürecini şu sözlerle özetlemektedir, *"Bir anda olmadı, kendi kendisine gelişti. Ben Fizik Bölümü'ne neden gittim diye soruyorum kendime. Galiba fizik okumam, benim fotoğrafı bulmam içindi. Çünkü hiç sevmediğim bir bölümde eğitim almaya başladım. Bu sırada kendi sevdiğim, beni mutlu eden şeyin ne olduğunu anlamam için kendime sorular sorma şansım oldu. Daha önceki yıllarda ortaokulda fotoğraf çekmeye başlamıştım ama fizikten uzak durmaya çalışırken fotoğrafa yaklaşmış buldum kendimi ve birkaç yıl içerisinde beni mutlu eden bir şey olduğuna inandım. Sonra da bunu daha profesyonel hale getirebilmek için neler gerekir onları düşündüm. Bir anda da okul iş derken bu şekilde gelişmiş oldu."* Özmen'le çekim için ziyaret ettiği Van'da görüşülmüş bu görüşmeden yaklaşık 45 dakikalık kayıt alınmıştır. Van'da bulunduğu süre içinde sık sık kendisiyle görüşülmüş ve beraber zaman geçirilmiştir. Görüşme kaldığı otelde gerçekleşmiştir. Özmen'in görüşme boyunca oldukça dikkatli ve temkinli olduğu gözlenmiştir. Özmen bazı sorulara yanıt vermek için düşünme süresi istemiş ve görüşmenin bitiminde tekrar yanıtlamak istediğini belirtmiştir. Görüşme kaydının deşifresi yapıldıktan sonra Özmen'e gönderilmiş, Özmen eksik kalan kısımları kapsamlı bir şekilde yanıtlayarak araştırmacıya epostayla iletmiştir.

1990'lı yıllarda Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olan Ümit Bektaş, lise yıllarında fotoğrafla tanıştığını ve foto muhabiri olabilmek için iletişim fakültesinde okuduğunu belirtmektedir. Üniversite öğrenciliği yıllarında ulusal bir gazetede stajyer olarak çalışmaya başlayan Bektaş, 24 yıldır foto muhabiri olarak görev yapmaktadır. Halen yabancı kökenli bir haber ajansında kıdemli fotoğrafçı olarak çalışmakta olan Bektaş, haber fotoğrafını iş olarak değil hayat tarzı olarak görmektedir. Bektaş kendisini mesleki olarak sürekli geliştirmeye çalıştığını ve daha öğrenmesi gereken çok şey olduğunu belirtmektedir. Kişisel nedenlerden dolayı meslekte kendisine bir vade koyduğunu ve bu sürenin sonunda mesleği bırakacağını dile getiren Bektaş, *"Hedefim bu 6 yılı daha iyi fotoğraflar çekip kendimi geliştirerek geçirmek. Şu an dron öğreniyorum. Photoshop'u biz haberde kullanmıyoruz ama ona da eğiliyorum. Temelde mesleki bir hedefim yok ama spot haberlerde önemli olaylarda da yer almak isterim tabi. Şimdiye kadar 1995 yılından beri temel bütün çatışmaları bir şekilde izledim. Kosova, Bosna, Afganistan, Suriye, Irak'da iliştirilmiş gazeteci olarak, dolayısıyla bunu sürdürmek isterim"* sözleriyle foto muhabiri olarak yaşam planını özetlemektedir. Bektaş'la Ankara'da bir kafede görüşülmüş bu görüşmeden yaklaşık 50

dakikalık kayıt alınmıştır. Bektaş iş için yapacağı bir seyahat öncesi yoğun iş temposuna rağmen araştırmaya katılmayı kabul etmiş, sorulara istekli ve açık yanıtlar vermiştir.

Arif Akdoğan 22 yıldır Ankara'da foto muhabirliği yapmaktadır. 1990'lı yılların sonlarında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olan Akdoğan basında çalışmaya öğrencilik yıllarında stajyer olarak başlamıştır. İlk olarak ulusal bir gazetenin spor servisinde çalışma hayatına adım atan Akdoğan ardından foto muhabiri olarak meslek hayatını sürdürmeye başlamıştır. Akdoğan basın sektörü ve foto muhabirliği ile ilgili yaşanan yapısal sorunlardan dolayı oldukça karamsar bir tablo çizmektedir. Dijital dönüşümün yanı sıra siyasi baskılar ve sansürün meslekte önemli ölçüde daralma yaratması, gazeteci emeğine değer verilmemesi, gazete satışlarının düşmesi, bütçe ve maaşların kısıtlanması ile birlikte eleştirel düşünen ve yetenekli insanların basından kopuşu Akdoğan'ın çizdiği resmin düşünsel temellerini oluşturmaktadır. Akdoğan ayrıca basının geldiği bu noktada amacı gazeteci yetiştirmek olan iletişim fakültelerinin de işlevsiz hale geldiğini iddia etmektedir. Araştırmacının geçmiş yıllarda Akdoğan ile aynı kurumda çalışmış olması ve yıllar öncesine dayanan tanışıklığı nedeniyle görüşme oldukça samimi bir şekilde gerçekleşmiştir. Akdoğan ile Ankara'da çalıştığı kurumda bir Pazar günü görüşülmüştür. Gündemin yoğun olmaması nedeniyle toplamda beraber dört saatin üzerinde vakit geçirilebilmiş ve bu görüşmeden bir saatin üzerinde ses kaydı alınmıştır. Akdoğan bu görüşmede görüşlerini açıklıkla ifade etmiş ancak kendisinin foto muhabirliğinin ve basının yaşadığı sıkıntılar nedeniyle hayli kaygılı olduğu gözlemlenmiştir.

Üniversite yıllarında reklam ve medyada farklı alanlarda çalışan Kürşad Bayhan 2000'li yılların başlarında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olmuştur. Fotoğrafla ortaokul yıllarında tanışan Bayhan o yıllardan itibaren görselliğin hayatında önemli bir noktada olduğunu belirtmektedir, *"Ben hep reklamcı olmak istiyordum ama görsellik hayatımda hep önemli bir noktaydı. Ortaokuldayken coğrafya hocam Zenit 122-A diye bir makine hediye etti, fotoğraf çekmeye başladım. Yatılı okulda okudum, bir hobi bulmak zorundasınız, ben o zamanlar fotoğrafa odaklandım. Hocam Adana'dan siyah beyaz filmler getirdi. Karanlık oda yapıldı. Fotoğrafa merakım oldu. Abim de fotoğrafa entegre bir şekilde ticari işler yapıyordu. Böylece hayatımda görsellik ortaya çıktı. Tabii romanlar okuyorsunuz, Yaşar Kemal'in,*

Sabahattin Ali'nin romanlarını okuyorsunuz. Oradaki hikayeleri görsel olarak kafanızda canlandırıyorsunuz. Yatakhanenin penceresinden bakarken karşıdaki dağı görüyorsunuz falan ya da trenle olan yolculuk Isparta'ya, Eğirdir'e gidince tenimizin yanması... Bunlar hepsi görsel kareler olarak kafamda kalıyordu ve ben fark ettim ki görsellik hayatımda önemli bir nokta." 16 yıldır profesyonel foto muhabirliği yapan Bayhan hayatının merkezinde fotoğraf olsa da son iki yıldır video ile daha fazla ilgilendiğini belirtmektedir. Bayhan bu süreçte foto muhabiri kavramının bire bir medya ile örtüşmediğini ve Türkiye'de bir anlam ifade etmediğini savunmaktadır. Bu nedenle kendisini foto muhabiri olarak değil, "visual story teller" (görsel hikaye anlatıcısı) olarak tanımlamaktadır. Bayhan halen Türkiye'deki önde gelen yeni medya platformlarından birinde çalışmaktadır. Bayhan ile İstanbul'da bir kafede görüşülmüş bu görüşmeden yaklaşık bir saatlik kayıt alınmıştır.

Uzun yıllar profesyonel olarak televizyon programcılığı, yönetmenlik ve yapımcılık yaptıktan sonra medya yapılanması ve sektörel sıkıntılar nedeniyle bu alandan ayrılan Tümay Berkin 2007 yılından itibaren, yabancı kaynaklardan gelen fotoğraf talebi nedeniyle foto muhabirliğine odaklandığını belirtmektedir. İş anlamında katı kurallara ve çizgilere sahip olduğunu belirten Berkin, serbest foto muhabiri olarak çalışmaktadır. Aynı zamanda kendi fotoğraf ajansına sahip olan Berkin, yurt dışındaki ajanslarla anlaşmalar yaparak foto muhabirliği hayatına devam etmektedir. Berkin farklı üniversitelerde lisans eğitimi aldıktan sonra 2002 yılında Selçuk Üniversitesi'nde iletişim alanında yüksek lisansını tamamlamıştır. Ailedeki 3. kuşak fotoğrafçı olduğunu belirten Berkin medya ve fotoğrafla olan ilişkisini şu şekilde özetler, *"İlk fotoğraf makinem ilkokul birinci sınıfta karne hediyesiydi. İlkokul yıllarındayken evde köpüklerden önüne mercek koyup vizör yapar, dükkanda çaktırmadan kutuların içine banyo koyar, kendi kendime baskı yapmaya çalışırdım. Dolayısıyla yoğun bir alaylılık var zaten, baba mesleği. Lisede okurken bile ben dışarıda bu işlerle uğraşıyordum. TRT'nin tek kanal olduğu dönemde set işçiliğinden, prodüksiyon amirliğinden tutun da kameramanlığa kadar her alanda çalıştım ki TRT tek kanal olduğu dönemde bir okuldu."* Berkin ile Ankara'da bir kafede görüşülmüş bu görüşmeden yaklaşık 90 dakikalık kayıt alınmıştır.

2.3. Veriler ve Toplaması

Bu aşamada kullanılan örneklem belirleme yöntemi doğrultusunda öncelikle iki kişiyle iletişime geçilmiş örneklem listesi belirlendikten sonra görüşmelere başlanmıştır. İlk olarak görüşmecilerden biri ile pilot görüşme gerçekleştirilmiş ardından sorulara son hali verilmiştir. İlk görüşme 14 Aralık 2017 tarihinde sonuncusu ise 10 Nisan 2018'de gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden dördü İstanbul'da, beşi Ankara'da, biri ise katılımcılardan birinin çekim için geçici süre ile ziyaret ettiği Van'da gerçekleşmiştir. Görüşmelerden üçü katılımcıların ofisinde, yedisi ise kafe ve otelde yapılmıştır. Çalışma boyunca yaklaşık altı yüz on iki dakika ses kaydı alınmıştır. En kısa görüşme kırk dakika en uzunu ise bir saat kırk iki dakika sürmüştür. Talep eden katılımcılara görüşme kayıtları deşifre edildikten sonra gönderilmiş, düzeltme yapma olanağı sağlanmıştır. Görüşmelerin ses kayıtları ve deşifreler aralarındaki tutarlılığın sınanması açısından bir öğretim üyesi tarafından denetlenmiştir. Onay alındıktan sonra veriler tasnif edilmeye başlanmıştır.

Nitel araştırmacı; bizzat alanda zaman harcayan, yanıtlayıcılarla görüşen ve gerektiğinde onların deneyimlerini yaşayan, alanda kazandığı deneyimleri, toplanan verilerin analizinde kullanan kişidir. Nitel araştırmacı araştırma sürecinin doğal bir parçası haline gelir ve araştırmacının kendisi veri toplama aracıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 49). Nitel görüşmelerde araştırmacı sadece belli sorulara cevap aramaz, katılımcının konuyla ilgili paylaşmak istediği kişisel bakış açısını ve anlamlandırma mekanizmalarını derinlemesine keşfetmeye çalışır. Konuşulanlar araştırmacının yönlendirmesi değil, katılımcının aktif rolü üzerine inşa edilir. Nitel görüşmelerde soruların sabit ve türdeş olması kaygısının kenara atılması gerekir. Tutarlılık, yoğunluk ve derinlik önem kazanır (Şekerler, 2015: 186-187).

Çalışmanın temel veri toplama aracı yarı yapılandırılmış görüşmedir. Araştırmanın konusu ve amacı planlanarak görüşme formu hazırlanmıştır. (Ek 1) İlk olarak, katılımcılardan biriyle, internet üzerinden, görüşme formunun ilk haliyle pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Ardından tezin kapsam ve sınırlılıkları gözeterek yeniden planlanan görüşme formu, alanda uzman iki öğretim üyesinin onayı alındıktan sonra işleme konmuştur. Görüşme formu, *"Kişisel Bilgiler", "Görüşme Soruları"* ve *"Sonlandırma Soruları"* olarak üç bölümden oluşmaktadır. Talep eden katılımcılara

görüşmeden önce form gönderilmiştir. Katılımcılara görüşmenin başlangıcında kişisel bilgilere ilişkin sorular yöneltilmiştir. Yıldırım ve Şimşek'e göre (2013: 165) kişisel bilgilere ilişkin soruların görüşmenin başında sorulmasının, bireyi sıkması ya da kısa yanıtlara yönlendirmesi gibi sakıncaları doğabilmektedir. Ancak bu çalışmada kişisel bilgilerin başlangıçta yöneltilmesinin katılımcıların ilk heyecan ve gerilimlerini aşmasında faydalı olduğu ve ilerleyen aşamalarda görüşmenin daha rahat geçtiği gözlemlenmiştir. Bu noktada, kişisel bilgilere ilişkin sorularda mesleğe başlama hikayelerinin, foto muhabiri olarak kendilerini tanımlamalarının istenmesinin önemli olduğu ve katılımcıların kendi öz hikayelerini anlatırken görüşmeye adapte oldukları gözlenmiştir. Görüşme soruları sırasında katılımcıları yönlendirmeden geri bildirim verilmiş, konuyla ilgili örnekler sunulmuş, anlaşılmayan ya da derinleştirilmesi istenen noktalarda önceden planlanmış ya da planlanmamış olan sonda ve alternatif sorular sorulmuştur. Alternatif sorular, aynı sorunun farklı bir biçimde ifade edilmesidir. Sonda sorular da aynı şekilde görüşülen bireyin soruyu daha iyi anlamasına yardımcı olmak ve daha ayrıntılı yanıtlar vermesini sağlamak amacıyla kullanılır (Yıldırım, Şimşek, 2013: 161). Sonlandırma sorularında ise katılımcılardan geleceğe ilişkin düşünceleri ve eklemek istedikleri başka bir husus olup olmadığı sorulmuştur.

2.4. Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Elde edilen veriler betimsel analiz yaklaşımı doğrultusunda önceden belirlenen temalara göre özetlenerek yorumlanmıştır. Betimsel analizin amacı, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır. Bu amaçla elde edilen bulgular önce sistematik ve açık bir biçimde betimlenir. Sonrasında yapılan betimlemeler açıklanır ve yorumlanır, neden-sonuç ilişkileri irdelenir ve bir takım sonuçlara ulaşılır (Yıldırım, Şimşek, 2013: 256). Görüşmelerin kağıda dökülmesinin ardından elde edilen bulgular temalar dâhilinde anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde tasnif edilmiştir. Bulgular temalar dahilinde özetlenerek tasnif edildikten sonra açıklanmış, yorumlanmış ve neden-sonuç ilişkisi içinde okuyucuya sunulmuştur. Bu süreçte katılımcıların görüşlerinin çarpıcı ve açıklayıcı bir şekilde ortaya konması adına sık sık doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

BÖLÜM 3. SANAYİ SONRASI TOPLUM

Toplumsal bir dönüşümü anlamlandırmaya çalışmanın güçlüğü, ona tanık olan ve neyin içinde yaşadığını anlamaya çalışan kitlelerin kendi öz yaşamını anlamlandırma çabası ile karşılaştırılabilir. İnsanoğlu yaşadığı tarihsel süreçleri çok farklı şekillerde anlamış ve anlamlandırma çabası içinde olmuştur. Modernite deneyimi ve onun yarattığı insan tipi, anlamlandırma çabalarını standartlaştırmış, bu güdüyle XIX yüzyılda sosyoloji, arkeoloji gibi sosyal bilimler ortaya çıkarken diğer taraftan fotoğraf ve sinema gibi teknolojik yenilikler insanoğlunun anlamlandırma çabasına yeni boyutlar kazandırmıştır. Teknolojinin gelişimi toplumu farklı veçhelerde etkilerken teknolojik bir aygıt olan fotoğraf, mevzu bahis gelişmelerin hem nesnesi hem de toplumsal dönüşümün öznesi halini almıştır. İcat edildiği günden bu güne fotoğraf, teknoloji ve toplum ekseninde dönüşümün dinamiklerinden biri konumuna gelmiştir. Bu dönüşümü anlamlandırmak üzere tezde, fotoğrafın ve bağlantılı olarak foto muhabirliğinin ortaya çıktığı ve içerisinde gelişim gösterdiği toplumsal ve teknolojik iklimi ortaya koymakta fayda görmekteyiz.

3.1. Sanayi Sonrası Toplum'un Temelleri

Modernitenin tarihsel kökenlerini Rönesans, Reform ve Aydınlanma hareketleri oluşturmuştur. XVII.'da ortaya çıkan Aydınlanma hareketi, bilim ve aklın üstünlüğü, ilerleme fikri ve seküler düşünce yapısıyla modern toplumun oluşmasında önemli rol sahibi olmuştur. Aydınlanmanın mirasını devralan modernite, özellikle XIX. yüzyılda, evrensel ahlak kurallarından, hukuka, siyasal sistemlere, gündelik yaşama, sanata ve spora kadar insan hayatının en derinlerine kadar nüfuz etmiş, geleneksel köklerinden kopmuş yeni bir insan tipi yaratmıştır. Harvey'e göre (2000) modernitenin amacı, yaratılan bilgi birikiminin, insanlığın özgürleştirilmesi ve günlük yaşamın zenginleştirilmesi yolunda kullanılmasıydı. Doğa üzerinde kurulan bilimsel hakimiyet ise kıtlıktan, yoksulluktan ve doğal afetlerin rastgele darbelerinden kurtuluşu vaat ediyordu. Ayrıca rasyonel toplumsal örgütlenme biçimlerinin ve rasyonel düşünce tarzlarının gelişmesi efsanenin, dinin, boş inancın akıldışılığından, iktidarın keyfi kullanımından ve kendi insan doğamızın karanlık yanından kurtuluşu vaat ediyordu. (Harvey, 2000: 25)

Bauman (2003:13) moderniteyi, aydınlanmanın gelişmesiyle kültürel bir proje, kapitalist ve daha sonra da komünist endüstri toplumunun gelişmesiyle de toplumsal bir yaşam biçimi olarak kurulan ve olgunluğa erişen tarihsel bir dönem olarak tanımlar. Uygarlık, gelişme, yöndeşme, konsensüs ve evrenselleşme kavramları Bauman'da (2012: 64), erken dönem modern düşüncenin düzen kurma umudu, niyeti ve kararlılığını ifade eden anahtar kavramlar olarak karşımıza çıkar.

Marshal Berman (2002) modernliğin tarihini üç evrede ele alır. İlk evreyi 16. yüzyıl başlarından 18. yüzyıl başlarına kadar tanımlayan Berman insanların modern hayatı algılamaya yeni başladıklarını ancak bu dönemde henüz modern bir kamu ve camianın ne olacağına ilişkin fikirlerinin olmadığını belirtir. İkinci evre ise 1790'ların büyük devrimci dalgasıyla başlar. Fransız devriminin etkisiyle büyük modern kamu bu dönemde ortaya çıkar. 20. yüzyıla kadar devam eden bu süreçte kişisel, siyasal ve toplumsal yaşamın her alanında patlamalar ve alt üst oluşlar meydana gelmiştir. Modernleşme ve modernizm düşünceleri bu dönemde doğar ve kökleşir. Üçüncü ve son evre 20. yüzyılda yaşanır. Bu evrede modernleşme neredeyse tüm dünyayı kapsayacak kadar yayılmış, gelişmekte olan modernist dünya kültürü sanat ve düşünce alanında büyük başarılar sağlamıştır. Diğer taraftan bu dönemde modernlik düşüncesi özünü, örgütlenme ve insanların hayatına anlam verme yetisini yitirmiştir. Bunun sonucunda bizler, kendimizi bugün kendi modernliğinin köklerinden kopmuş bir modern çağın ortasında buluyoruz (Berman, 2002: 30).

Tarihsel süreçten geçerek ortaya çıkan modernliğin kurumsal boyutunu Giddens (1994) dört başlık altında ele alır. Maddelerden ilki, özel sermayeye, metalaşmış emeğe ve rekabete dayalı kapitalizm, ikincisi ise endüstriyalizmdir. Endüstriyalizm, insan etkinliğinin, makinelerin, ham madde ve ürün girdi ve çıktılarının eşgüdümü için üretimin belli kurallara göre toplumsal örgütlenmesini öngörür. Gözetim, modernliğin üçüncü kurumsal boyutunu oluşturur. Siyasal toplulukların gözetimi ve kitlelerin denetimi, enformasyonun ve toplumsal denetimin kontrolü modern öncesi toplumlarla karşılaştırılamayacak kadar yüksek düzeydedir. Dördüncü boyut ise askeri iktidar olarak karşımıza çıkar. Şiddet araçlarının, toprak açısından kesinleşmiş, sınırlar içinde başarılı biçimde tekel altına alınması modern devlete özgüdür (Giddens, 1994: 56-58).

Marx modern toplumu üretim ilişkileri çerçevesinde yabancılaşma, emeğin sömürüsü ve metalaşma kavramlarıyla ele alır. Modern devlette yürütme, tüm burjuvazinin ortak işlerini yöneten bir komiteden başka bir şey değildir. (Marx ve Engels, 1997: 12) Burjuvazi üstünlüğü ele geçirdiği her yerde, bütün feodal, ataerkil ve pastoral ilişkilere son verirken, insanlar arasındaki ilişkiyi nakit ödeme düzlemine indirir. Burjuvazi kişisel değeri, değişim değerine dönüştürürken, ayrıcalıklı özgürlüklerin yerine ticaret özgürlüğünü koyar. Sömürünün boyutlarını da değiştirerek siyasal ve dinsel sömürünün yerine kaba sömürüyü koyar. (Marx ve Engels, 1997) Marx'ın gelişme ve ilerleme fikirleri doğrultusunda tüm yabancılaşmaları aşmanın yolu komünizm olarak karşımıza çıkar. Burjuvazinin egemenliği altında sömürü, baskı ve sefaletle koyun koyuna yaşayan bugün, yine de başka bir oluşuma yol açacak gizilgücü kendinde barındırır (Çiğdem, 1997: 101).

Kapitalizme kendi öz niteliğini kazandıran da, işçinin emek gücü ile ürettiği ürünün kendi gözünde, kendi ürettiğinin dışında bir meta şeklini alması, böylelikle emeğinin ücretli emeğe dönüşmesidir. Emek ürününün meta halini almasının ön koşulu, öncelikle emeğin meta halini almasıdır. (Marx, 2011: 173) Marx'a göre burjuva toplumu tüm ilişkileri değişim ilişkilerine ve tüm değerleri meta düzlemine indirgemekte ve kapitalist üretim ilişkileri içinde emek gücü, bizzat metaya dönüşmektedir. Emek gücü ya da emek kapasitesi, insanın kendisinde bulunan ve bir kullanım değeri üretirken harcadığı zihinsel ve fiziksel yetilerin toplamıdır. Paranın sermayeye dönüşümü ve sermaye birikimi için temel gereksinim, emek gücünün özgürleşerek meta halini almasıdır. Paranın sermayeye çevrilebilmesi için, para sahibinin özgür emekçiyle karşı karşıya gelmesi gerekir. Bunun için emekçinin iki anlamda özgür bir insan olması gerekir. Emekçinin hem emek gücünü kendi öz metası olarak satabilecek durumda olması hem de satmak için elinde başka meta olmaması, emek gücünü gerçekleştirmek için gerekli her şeyden yoksun bulunması gerekir. (Marx, 2011: 172) Emek gücünün değeri, nesnenin üretimi için gerekli emek zamanı ile belirlenir. Emek zamanı, bireyin varlığını sürdürebilmesi için gereksinim duyduğu geçim araçlarının üretimi için gerekli olan zamana indirgenir. Geçim araçları emekçinin çalışan bir insan olarak normal durumunu sürdürmesini sağlamaya yeterli olmalıdır. Böylece emek gücünün değeri, emekçinin varlığını sürdürmesi için gerekli olan geçim araçlarının değeri olarak karşımıza çıkar. Ancak kullanılmakla gerçekleşen emek gücü

çalışma ile kendini faaliyete sokar. (Marx, 2011: 174). Kapitalist emek süreci Marx'ta meta haline getirilmiş emek gücünün alınıp satılması ve tüketilmesi olarak karşımıza çıkar.

Marx'a göre kapitalist üretimin temel zenginlik kaynağı meta birikimidir. Ama her meta kullanım değer ve değişim değeri olmak üzere iki yönüyle görünür. Metanın kullanım değeri yaşam için gerekli ya da yararlı insan gereksinimlerinin konusu ve insanın geçim aracı olma boyutudur. Diğer yandan metanın kullanım değeri belirli bir iktisadi ilişkinin, değişim değerinin ortaya çıkmasına neden olan maddi temeli de oluşturur. Değişim değeri ise metanın, bireylerin emekleri ve toplumsal ilişkilerden doğan ekonomik yapısını ortaya koyar (Marx, 1976: 45-47).

Weber'e göre batı kapitalizminin ayırt edici yönü rasyonelleşme ve rasyonel ilişkiler çerçevesinde kurulan toplum fikridir. Hukuktan sanata kadar toplumun her kesimine nüfuz eden rasyonelleşme fikri uzmanlaşmayı ve bürokratik örgütlenmeyi beraberinde getirir. Katı kurallara göre örgütlenmiş olan bürokrasi, birey hayatında öngörülebilirlik sağlarken diğer taraftan kişinin özgürlüğünü ve yaşamına dair anlam kaybını beraberinde getirmektedir. Endüstrileşme ve batı kapitalizmin gelişiminin ortaya çıkardığı kurumlar modernite temelinde ele alındığında, rasyonelleşme fikri doğrultusunda insan hayatında özgürlük ve anlam kaybının ortaya çıktığı görülmektedir. Weber modern dünyayı, maddi ilerlemenin, yalnızca bireysel yaratıcılığı ve özerkliği ezen bir bürokrasinin genişlemesi pahasına elde edildiği paradoksal bir ortam olarak görmektedir. (Giddens, 1994: 15) Weber modernliği "*büyüsü bozulmuş dünya*", "*demir kafes*" tasavvurları çerçevesinde ele alır. Dünyanın büyüsünün bozulması sekülerleşme ve rasyonelleşmenin sonucu olarak karşımıza çıkar. Demir kafes ise Weber'de amaçsal rasyonalite tarafından belirlenmiş katı toplumsal ilişkiler ve insaniliğini yitirmiş bürokrasi olarak karşılığını bulur. Batı'da, kapitalizm ve bürokraside örnekleri olan modern akılcılaştırma sürecinin bir zamanlar büyülü (yani gizemli, mistik, sihirli) dünyayı yok etmeye hizmet ettiğini ileri sürer. (Ritzer, 2000: 89) Weber'e göre modernitenin tarihsel oluşumu, toplumsal ve iktisadi düzeyde kapitalizmle, kültürel düzeyde ise rasyonalizmle tamamlanmıştır. (Çiğdem, 1997: 126)

Weber batı toplumunun diğer medeniyetlerden temel farkının rasyonalite çerçevesinde oluşturulan dizgeler ve uzmanlaşma olduğunu belirtir. Rasyonel çerçeve

içerisinde oluşturulan yaşam alanı, hukuktan, sanata kadar geniş bir çerçevede modern batı toplumunun oluşmasını sağlamıştır. Tarihte farklı toplum örneklerinde de görülen bazı özellikler batı kapitalizminin oluşturulmasına giden süreçte rasyonel dizgelere oturtulmuş ve ekonomik ilişkiler toplumsal alanda belirleyici olmuştur. Weber'de toplumsal rasyonelleşme süreci kapitalist iktisat ve modern devletin örgütlenme yapısında vücut bulur. Bu işletme ve aygıt biçimlerinin rasyonelliği, ilk planda girişimcilerin ve memurların daha sonra da işçilerin ve görevlilerin amaçsal rasyonel eylemle yükümlü olmalarına dayanır (Habermas, 2001: 240). Büyüsel güçlerin, mitlerin hakimiyetinin ortadan kaldırılması ve rasyonelliğin egemen olması, bilimsel ilerlemeyle birlikte insanın doğaya ve topluma egemen olmasını sağlarken makineleşmiş bir toplumu beraberinde getirir ancak bu durum bireylerin hayatında anlam ve özgürlük yitimine yol açmaktadır. Bu iki sav bir arada, ilerlemeye karşı kuşkuyla yaklaşan sosyal bilimcilerin arka plan ideolojilerini belirler (Habermas, 2001: 264). Rasyonelleşme batı biliminin özelliklerine özellikle, matematik ve deneysel temeller üzerine kurulu doğa bilimlerine bağlıdır. Bu bilimlerin gelişimi ve onların üzerine kurulan ekonomik uygulamalar kapitalist çıkarlar tarafından belirlenir. Çağdaş rasyonel kapitalizm hesaplanabilir teknik iş araçlarına gereksinim duyduğu kadar, hesaplanabilir bir hukuka ve biçimsel kurallarla işleyen bir işletmeye de gereksinim duymaktadır (Weber, 1999: 23). Bu bilgiler ışığında Weber'e göre, çağlar boyunca bütün insanlar için geçerli olan kazanma ve elde etme güdüsü, kapitalizmin *"ruhunu"* yansıtmamaktadır. Sınırsız kazanma güdüsü, ne kapitalizmle aynıdır ne de onun ruhuna aittir. Kapitalizm bu us dışı güdünün dizginlenmesi, en azından rasyonel olarak dizginlenmesi ile özdeş olabilir. Kapitalizm kazanç uğraşısının peşinde olmakla beraber devamlılığı olan kapitalist işletmenin, yenilenen kazancın ve verimliliğin peşindedir (Weber, 1999: 17).

Durkheim geleneksel toplumların sosyal düzeni ile modern toplumların sosyal düzeni arasındaki farkın toplumsal işbölümünden kaynaklandığını belirtir. *"Toplumsal İşbölümü"* adlı kitabında Durkheim (2006), bireylerin toplumu ya da toplumsal birliği nasıl oluşturduklarını mekanik ve organik dayanışma kavramları çerçevesinde açıklamaya çalışır. Mekanik dayanışma geleneksel ve ilkel toplumların dayanışma tipi iken organik dayanışma modern ve endüstriyel toplumda görülen dayanışmadır. Mekanik dayanışma benzerlikten ileri gelen bir dayanışmadır. Bu dayanışmanın olduğu toplumlarda, bireylerarası fark azdır. Bireyler aynı duygulara sahip ve aynı değerlere

bağlı olduklarından birbirlerine benzerler ve birbirlerinin yerine geçebilirler. Bu toplum uygunluk toplumudur, bireyler henüz farklılaşmamıştır.

Organik dayanışma ise mekanik dayanışmanın karşıtıdır. Organik dayanışma farklılaşmadan ileri gelir, artık bireyler birbirinin benzeri değildir. Organik dayanışma bir toplumdaki işbölümünden ileri gelir. Durkheim'e göre işbölümü teknik ya da ekonomik işbölümünden farklıdır. Mesleklerin farklılaşması ve üretici çalışmaların artması, toplumsal farklılaşmanın belirtisi ve sonucudur. Durkheim'e göre ilk farklılaşma, toplumsal farklılaşma diğer bir deyişle toplumsal işbölümüdür. İşbölümü toplumsal bir olgudur bu yüzden başka bir toplumsal olguyla açıklanması gerekir; bu da nüfus yoğunluğudur. Bir toplumda beraber yaşamayı deneyen bireylerin sayısı arttıkça yaşam savaşı şiddetlenmektedir. Toplumsal farklılaşma bu noktada, yaşamak için barışçıl bir çözüm olarak ortaya çıkar; daha fazla sayıda bireyin farklılaşarak yaşamalarını sağlar. Rekabet ortadan kalkar, aynı işleri yapan bireyler başka meslekler edinerek farklı görevleri yerine getirir ve toplumsal olarak beraber yaşama olanakları ortaya çıkar. Toplumlar ilerledikçe mekanik dayanışma yerini organik dayanışmaya bırakır. Böylelikle farklılıklarının bilincine varan bireylerde, bireylik bilinci oluşur. Durkheim'e göre toplumsal işbölümü, ekonomi, ahlak, hukuk, eğitim, din, siyasal rejim gibi bütün toplumsal olguları etkiler ve açıklar (Ergün, 1973: 57-58).

Durkheim modern kurumların doğasını endüstriyalizmin etkisi altında incelemiştir. Ona göre kapitalist rekabet, endüstriyel düzenin merkezi özelliği değildir. Modern toplumsal yaşamın hızla değişen karakteri esasen kapitalizmden değil, doğanın endüstriyel amaçla kullanımı yoluyla üretimi insan ihtiyaçlarına göre biçimlendiren karmaşık işbölümünün canlandırıcı etkisinden kaynaklanmaktadır. Durkheim'e göre bu düzen kapitalist değil endüstriyel bir düzendir (Giddens, 1994: 18). Durkheim, endüstriyalizmin yayılmasının işbölümü ve ahlaki bireyciliğin birleştirilmesiyle bütünleşmiş, uyumlu ve doyurucu bir toplumsal yaşam kuracağına inanmaktadır. (Giddens, 1994: 15).

Durkheim'e göre çağdaş toplumlar ahlaki bir kriz yaşamaktadır ve sadece ekonominin yeniden organizasyonu, yaşanan krizi çözmekten ziyade onu azdıracaktır. Çağdaş toplumların yaşadığı kriz ekonomik olmaktan ziyade ahlakidir. Geleneksel toplumların ahlaki temelini oluşturan dinsel kurumların yıkılması ve böylece toplumsal

yapıda ekonomik ilişkilerin egemenliğinin artması, çağdaş toplumların yaşadığı anominin temel kaynağıdır. Devlet bu noktada ekonomik olduğu kadar ahlaki bir rol oynamalıdır. Modern toplumlardaki rahatsızlıklar, ekonomik önlemlerden ziyade ahlaki önlemlerle giderilmeye çalışılmalıdır. Modern çağın karakteristik problemi, geleneksel toplumun çözülmesiyle ortaya çıkan bireysel özgürlükleri, toplumun varoluşunu sürdürmesi için ahlaki kontrolle uzlaştırma zorunluluğudur (Giddens, 2010: 167-168). Toplumların ilişki düzeylerindeki karmaşıklığın artması ve organik dayanışmaya geçiş ile birlikte, bireylerin sahip oldukları kolektif bilinç zayıflar. Kolektif bilincin zayıflaması toplumda anomiye ve etik problemlere neden olmaktadır. Durkheim her ne kadar geçmişteki işlevlerini yitirmiş olsalar da meslek birliklerinin yeniden yapılanmak sureti ile çağdaş toplumlarda da etik kriterlerin oluşturulması açısından önemli role sahip olabileceğini savunmaktadır. Meslek ahlakının oluşması için meslek gruplarına ihtiyaç duyulmaktadır. Meslek grubunun gücü, ilişkilerin sıkılığı, ahlaki kuralların gelişmesi ve bireylerin bu yönde bilinçlerinin oluşmasında belirleyicidir. Durkheim'e göre mesleki gruplar ne kadar güçlü ve iyi örgütlenmişse meslek ahlakı da o derece gelişecek ve işlevselliği artacaktır.

Modernite'ye yöneltilen eleştirilerin en önemlileri Frankfurt Okulu düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer tarafından ortaya konmuştur. *"Aydınlanma'nın Diyalektiği"* kitabında Adorno ve Horkheimer, ilerlemeci bir düşünce olan Aydınlanma'nın hedefini, bilimin ve aklın üstünlüğünü sağlayarak insanın doğa karşısında egemen olması, akıl dışı düşüncelerin ve kuruntuların bilgi yoluyla insan hayatının dışına atılması ve dünyanın büyüsünün bozulması olarak betimler. Aydınlanma'nın totaliter dünyası, sonuna dek düşünülmüş ve matematikleştirilmiş bir dünyadır. İnsan düşüncesi otomatik bir sürece dönüşür ve bu sürecin ürünü olan makineyi taklit eder ki, makine bu sürecin yerine konabilsin. (Adorno ve Horkheimer, 2000: 46) Doğa üzerindeki tahakküm insan üzerindeki tahakküme yol açar ve özne, nesnenin egemenliği altına girerek özgürlüğünü kaybeder. Aydınlanmanın doğaya egemen olma fikrinin sonunda özne yok edilir ve akıl, makine şeklinde yabancılaşmış akla dönüşür. Aydınlanmanın yarattığı özgürlük imgelemi, yanılsamadan oluşur. Bu özgürlük yanılsaması, insanları düzleştirip eşitleyen endüstrinin egemenliği altında, onları düzenli birlikler haline getirir (Adorno ve Horkheimer, 200: 31).

Adorno ve Horkheimer, Aydınlanma'ya ilişkin bir diğer önemli eleştiri noktası olarak *"Kültür Endüstrisi"* kavramını ortaya koyar. Kültür endüstrisi bütün dünyayı süzgecinden geçirerek dev bir ekonomik çark haline gelmiştir. Bu endüstrisi tekel koşullarında tüm kültürü özdeşleştirirken, sanat ile eğlenceyi aynı düzleme indirger; diğer taraftan toplumu iletişim araçlarının etkisine açık, atomize, birbirinden kopuk yabancılaşmış insanlar bütünü haline getirir.

Habermas, araçsal aklın, bireylere var olan durumu sorgulama ve bu yolla daha yaşanılabilir bir hayatı belirleme olanağı sağlayan öğrenme mekanizmalarının gelişmesinde önemli bir rol oynadığını belirtmekte ve bu noktada Horkheimer ve Adorno'dan ayrılmaktadır. (Çiğdem, 2008: 55)

Kültürel rasyonelleşme ile birlikte geleneğin değeri düşürülmüş ve yaşama evreninin yoksullaşması tehdidi ortaya çıkmıştır. 18. Yüzyıl aydınlanma filozofları, ahlakın ve hukukun evrensel temellerinin, özerk sanatın, doğa güçlerinin denetiminde olmayan bilimin, ahlaksal ilerlemenin, toplumsal adaletin ve insanların mutluluğunun gelişeceğine ilişkin abartılı bir takım beklentilerine sahipken, XX. Yüzyılda şeyleşme ve kültürel yoksullaşma bu iyimserlikten geriye bir şey bırakmamıştır. (Habermas, 2001: 778)

Habermas modernliğin baskıcı ve yıkıcı boyutlarını eleştirirken, onun ilerici bulduğu öğelerini güçlü bir şekilde savunmaktadır. Aydınlanmacı rasyonellik projesinin gözden geçirilmesi, akıl kavramının yeniden inşa edilmesi ve özne merkezli rasyonalizm geleneğinin eleştirilmesi için çağrıda bulunur. (Best ve Kellner, 2011: 285). Modernliğin henüz tamamlanmış olduğunu savunan Habermas, ne kadar zayıf olursa olsun Aydınlanma'nın niyetlerine mi sarılmalıyız, yoksa, bütün modernlik projesinin yitirilmiş bir dava olduğu düşüncesine mi? (Habermas, 1994: 38) sorusunu sorarak insan aklına olan inancını dile getirir.

1970'li yıllarda kapitalizmin yaşadığı kriz ve ardından üretim sürecine ilişkin yaşanan değişim, bireyin yaşam pratiğine çok önemli noktalarda etki etmiştir. Üretim sisteminin esnekleşmesi, hiyerarşik kalıpların yıkılması, teknolojinin kullanım boyutları, çalışma biçimleri, mesleki kimlikler ve tüketim kalıplarında meydana gelen değişimler, insanın gündelik hayatında hissettiği değişimlerdir. Diğer taraftan, finans sisteminde yaşanan değişim, deregülasyon vasıtasıyla ulus devletlerin sermaye

önündeki güçlerinin kırılması ve git gide sınırların geçirgenleşmesi kapitalizmin yeni evresinin göstergeleridir. Batı toplumları şimdi artık çeşitli şekillerde "sanayi sonrası" toplumlardır: *"Post-fordist", "post-modern",* hatta *"tarih sonrası"* toplumlar. (Kumar, 2013: 9).

Yeni kapitalizm, esnek kapitalizm, örgütsüz kapitalizm terimleri, özellikle 1970'li yılların ardından üretim sistemlerinde gerçekleşen ve insan hayatının kapitalizmle ilişkisinin yeniden organize edilmesine neden olan süreci ve küresel ekonominin mevcut durumunu tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Sanayi sonrası ortaya çıkan toplum yapısı, enformasyon toplumu, post-modern dönem, ağ toplumu gibi farklı isimlerle anılmaktadır. Toplumu farklı yönleriyle ve farklı bakış açılarıyla anlamlandırmaya ve isimlendirmeye çalışan bütün çalışmaların temelinde söylediği şey, ortada yeni bir toplum olduğudur. Bu yeni toplum için; tüketim kalıplarından gerçekliğin algılanmasına, değişen çalışma biçimlerinden, gündelik yaşamın inşasına kadar bir çok şeyin yeniden tanımlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Sanayi sonrası toplum kavramı 1970'li yıllarda Daniell Bell'in, *"The Coming of Post Industrial Society"* isimli kitabıyla tartışılmaya başlanmıştır. Sanayi sonrası toplum kavramı ve ardından gelen kuram Daniell Bell ile birlikte anılmaktadır. Bu kavram etrafında yapılan tartışmalar kavramın ve kuramın popülerleşmesine neden olmuştur. Bu popülerleşme 1970'li yıllarda yaşanan krizle son derece ilişkilidir. (Başaran, 2010: 61)

Sanayi sonrası toplum, teknolojinin ve üretim biçiminin değişmesiyle başta ekonomik olarak, ardından ise kültürel ve sosyal boyutlarıyla farklı yaklaşımlar çerçevesinde ele alınmıştır. II. Dünya Savaşı'nın ardından özellikle enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, üretim ve tüketim kalıplarını, buna bağlı olarak yönetim biçimlerini ve emeğin niteliğini. ardından mesleki yapıları ve neticede sıradan insan yaşamını en derin noktasına kadar etkileyecek olan yeni bir yaşam kültürünün ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Modernitenin gerçekleşmesini sağlayan güç Sanayi Devrimi, onun yarattığı üretim sistemi, yeni insan tipi, doğa ve dünya anlayışı ve göçlerle ortaya çıkan büyük şehirler ve o şehirlere ilişkin yaşam tarzıdır. Endüstri toplumunda modernitenin kalıpları içinde genel olarak ihtiyaç duyulan şey; bireyi tanımlamak, onu belirli

hiyerarşik kalıplar içine oturtmak, belli başlı tüketim kalıplarına zorlamak ve bu tanımlar dahilinde toplumsal hayatı belirlemektir. Ancak sanayi sonrası toplum olarak adlandırılan toplumun tanımlanmasına ilişkin esas sıkıntı, yaratılmak istenen ve bu dönemin kapitalizmi tarafından kullanışlı olarak görülen, mevzubahis toplumun tanımlanamaz oluşudur. Daha yumuşak bir tabirle, endüstri sonrası toplumun tanımlanmasındaki zorluklar bu toplumun alameti farikasını oluşturmaktadır. Benlikler ve aidiyet duyguları, çalışma ortamında, ailede ve hatta dinlerde bile zayıflamış ancak radikalleşmiştir. Çekirdek aile parçalanmış, mesleki kimlikler toplumsal rollerini yitirmiş ve imana ilişkin roller de din yerine, çoğu sapkın olmak üzere tarikatlar tarafından üstlenilmiştir.

Sanayi üretiminin işlevini tamamlayarak aşılması gereken yeni krizler ortaya çıkana kadar onun yerini alana post endüstriyel üretim tarzı da tıpkı postmodernizm gibi ne olduğuyla değil ne olmadığıyla tanımlanacak kadar akışkandır. Elbette böyle bir dönemin üretim tarzının belirsizlikleri toplumsal olarak da yansımalarını beraberinde getirmektedir. Bu değişiklikler emeğin nitelik ve kullanım niceliğinden, toplumun sınıfsal yapısına, üretilen metanın niteliğinden tüketim kalıplarına kadar geniş bir yelpazede tanımlanmaktadır.

Bu toplum adlandırma çalışmalarının temel olarak yaptığı vurgu, üretim sistemin ve teknolojinin değişmesidir. Toplumsal çatışmaların bittiği, tarihin sona erdiği, ilerleme noktasına ulaşıldığı gibi yaklaşımlar genel olarak kapitalist sistemin devamını sağlamaya yönelik yaklaşımlardır. Kumar, sanayi sonrası kuramların enformasyon ve iletişim devriminde, küresel ekonominin sağladığı ortamda çalışmanın ve örgütlerin geçirdiği dönüşümde, politik ideolojiler ve kültürel inançların krizinde, modern toplumun vardığı bir dönemin izlerini sürdüğünü belirtmektedir. (Kumar, 2013: 10) Sanayi sonrası toplum kuramları, kapitalist üretim ilişkileri içinde biçimlenen toplumun yaşadığı aynı döneme ilişkin olarak ortaya atılmış olsa da, tezimizde bu kuramlardan enformasyon toplumu, post-fordizm ve post-modernite başlıkları altında bu dönemin farklı veçhelerini ele alacağız.

3.2. Sanayi Sonrası Toplum Kuramları

3.2.1. Post Fordizm

Post fordizmin temel mantığı fordist dönemdeki emek sermaye dengesinin bozulması ve üretim, tüketim ve istihdamın esnekleşmesi üzerine kuruludur. Fordizmin kitlesel seri üretim mantığına son verilerek stoksuz çalışmaya, farklı tüketici taleplerine cevap verme kapasitesine sahip esnek üretime geçilmiştir. Üretim sürecindeki bu dönüşüm bireysel, toplumsal ve politik alanda köklü değişikliklere yol açmıştır. Esnek üretimin etkisi emek süreçlerinde olduğu kadar, ürünlerin çeşitliliği, tüketim kalıpları, meslekler, devlet yapıları ve çalışmanın niteliğinde de gözlenmektedir. Bu kapsamda post fordizm kavramı, üretim ilişkileri, teknoloji, toplumsal ilişkiler ve çalışma biçimi de dahil ederek ele alınır.

Kapitalist dünyanın 1970'li yıllardan bu yana yaşadığı değişimlerin *"post fordizm"*, *"esnek uzmanlaşma"* ve *"esnek birikim"* başlıkları altında ele alındığını belirten Harvey, *"Esneklik: Tehdit mi yoksa fırsat mı?"* adlı makalesinde üretimin örgütlenmesi, tüketim ve birikimde yaşanan değişimlere neden olan esnekliğe ilişkin tartışmaları dört farklı düzeyde ele almaktadır. Birinci düzeyde esneklik, emek süreci ile ilgili tartışmalar çerçevesinde ele alınır. İkinci düzeyde, işgücü piyasalarının esnekliği tartışılır. Bu noktada, taşeron ve yarım zamanlı çalışma, mevsimlik işçiler ya da ihtiyaca göre istihdam etme durumları ele alınır. Esnekliğin bu boyutu çalışanların bir çoğu için, emeklilik, sağlık, işsizlik gibi sosyal yardımların kesilmesi anlamına gelmektedir. Üçüncü düzey esneklik tartışmaları devlet politikaları ile ilgilidir. Bu politikalar genel olarak devletlerin, sermayenin uluslararası akışının önünde oluşturacağı engelleri ortadan kaldırmak adına yürütülmektedir. Devletlerin sendikalara desteğinin azalması, özelleştirme, deregülasyon gibi düzenlemelerle sermayenin önü açılmalıdır. Ancak bu tip politikalar kitlesel işsizliğe ve çalışanların haklarının azalmasına neden olur. Esnekliğin dördüncü boyutu, coğrafi hareketliliği getirir. Bunun etkisi bölgesel düzeyde haberleşme, evde çalışma ve farklı büro işlerinin ayrılması olarak karşımıza çıkarken, parça üretimi ve montajın dünyanın dört bir yanına dağılması da bu esnekliğin küresel boyutunu ortaya koyar. Bir yandan küresel sermaye akışının önündeki kurumsal engellerin kalkması ve küresel finans sisteminin oluşumu, diğer taraftan Avrupa Birliği

gibi yeni coğrafi birleşmelerin ortaya çıkması ile coğrafi hareketliliğin gücü artırılmıştır. (Harvey, 1993: 83-92)

Harvey *"esnek birikim"* terimiyle kavramsallaştırdığı bu dönemin temel özelliklerinin, yepyeni üretim sektörlerinin, finans hizmetlerinde yepyeni yöntemlerin, yeni piyasaların ortaya çıkması ve hepsinden önemlisi ticari, teknolojik ve örgütsel yeniliklerin temposunun büyük ölçüde hızlanması olduğunu belirtir. Bu dönemde hem sektörler, hem de coğrafi bölgeler arasındaki eşitsiz gelişme kalıplarında hızlı değişiklikler görülmüş, yeni sınai bölgelerinde üretim patlamaları yaşanmıştır. Esnek üretim süreci, işgücü piyasasında da radikal yeniden yapılanmalara neden olmuştur; bir yandan hizmet sektöründe istihdam hızla yükselirken diğer taraftan sürekli istihdamdan yarım zamanlı, geçici ya da taşeron istihdama doğru geçiş eğilimleri baş göstermiştir (Harvey, 2000:170-171).

Esnek üretimin etkisi yalnızca işgücü üzerinde değil şirketlerin üretim ve organizasyon yapıları üzerinde de gözlenmektedir. Esnek üretim, tüketim talepleri doğrultusunda üretimi elverişli kılarken diğer taraftan üretim sürecinin parçalanarak, küçük şirketlerle büyük firmaların ortaklıklarına ve sanayi öncesi dönemin zanaate dayalı üretim tarzına benzer bir üretim şeklinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Böylelikle iş güvencesi ve ücret politikaları da esnek hale gelmiştir. Diğer taraftan üretimin bu yapısal dönüşümü çalışanların sendikal örgütlenmesinin önünde bir engel halini almış, sendikal hareketler zayıflamıştır. Esnek üretim teknolojik gelişmelerle birebir ilişki halindedir. Esnek uzmanlaşma hem makinelerin hem de işgücünün vasıflı ve esnek olmasını gerektirir. Toplumun farklı tüketim taleplerini karşılayabilecek üretim şeklinin temel niteliği, enformasyon teknolojilerine bağımlılığıdır. Esnek üretimde ürün, müşteri taleplerine ve ihtiyaçlarına uygun bir şekilde üretilir. Buna bağlı olarak esnek teknoloji, esnek uzmanlaşmayı doğurur. (Kumar, 2013: 60-61)

Postfordist üretim, taşeronlaşma ve iş güvencesi olmadan işçi çalıştırma olanaklarını beraberinde getirmektedir. Merkezsiz ve dışarıdan hizmet sağlanarak kullanılan işgücü bir yandan ücretli işgücünün doğasını değiştirmekte diğer taraftan sermayenin işgücü üzerindeki denetim mekanizmalarının artmasına yol açmaktadır. Post fordizm, merkezi hiyerarşik örgütlenmenin yerine, merkezsiz, kendi kendine

örgütlenmiş ağ paradigmasını ikame ederek, çalışmanın doğasından daha çok ücretli çalışanların doğasını dönüştürmüştür (Gorz, 2014:73).

Post fordizmin fordizmden temel farkı, işgücünün kullanımı noktasında ortaya çıkmaktadır. Standart hale getirilmiş, her aşaması belirlenmiş ve işçinin ürettiği ürün hakkında bilgisinin olmadığı fordist üretim bandının yerine, bütüne ilişkin bilgi sahibi olan ve ürün yenileme, kalite artışı ve buluş sürecinde katkı sağlayabilecek işgücü, post fordizmde verimliliğin ve karın maksimize edilmesi için için temel ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Post fordist üretimde, emeğin değişken ve çok yönlü niteliği ile yeni teknolojileri kullanabildiği, tasarım ve bilgisayar programlarına hakim olduğu bir iş gücüne dönüşümü söz konusudur. Böylelikle yeni teknolojiler ve otomasyonla birlikte, ihtiyaç duyulan iş gücü nitelikli iş gücü haline gelirken, üretim bandındaki çok sayıda niteliksiz iş gücünden, sayısı giderek azalan oranda nitelikli iş gücüne geçiş ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan bu nitelikli iş gücünü ikame etme şansı olmayan ve yedek işçi ordusu oluşturma özelliği taşımayan ve gittikçe niteliksizleşen bir işgücü ortaya çıkmaktadır (Yentürk, 1993: 44-54).

Piyasalardaki dalgalanmalar ve rekabet koşullarına uyum sağlamak açısından işgücü üzerinde gerçekleşen düzenlemeler hayati bir noktada yer almaktadır. Harvey'in tanımıyla, işgücü, esnek üretim koşullarında, *çekirdek* ve *çevre* işgücü olarak iki gruba ayrılmaktadır. Devamlı azalma eğilimi gösteren çekirdek işgücü, tam zamanlı çalışan, sürekli bir statüye ve yükselme olanağına sahip, iş güvencesi gibi hakları olan ve kurumun uzun vadeli geleceği için merkezi önem taşıyan çalışanlardan oluşur. Ancak özellikle kriz dönemlerinde görülen maliyeti azaltma çabaları dahilinde merkezi önem taşıyan faaliyetlerin bile taşeron firmalara devredilmesiyle, çekirdek işgücü giderek daralma eğilimi göstermektedir. Giderek yükselen çevre iş gücü ise iki gruba ayrılır: Birincisi, mesleki yükselme olanakları kısıtlı olan büro işi, sekreterlik gibi rutin işler ve daha az vasıf gerektiren tam zamanlı personelden oluşur. İkinci grup ise birincisine göre daha düşük iş güvenliğine sahip yarım zamanlı çalışanlardan, ihtiyaca göre istihdam edilenlerden, geçici ve taşeron işçilerden ve stajyerlerden oluşur (Harvey, 2000: 171-174).

Fordizmin yaşadığı krizin ardından ortaya çıkan post fordizm temel olarak esneklik yaklaşımına dayanır. Üretim sürecinde yaşanan esnekleşme köklü

değişikliklere neden olmuştur. Esnek üretim işveren açısından en başta işgücü maliyetlerinin azaltılmasını sağlamıştır. Diğer taraftan ücret standardizasyonunun ortadan kalkması, devletin sosyal alandan çıkması ve sosyal devlet anlayışından vaz geçilmesi, toplumsal ilişkilerin her alanında ekonomik ilişkilerin baskın hale gelmesine neden olmuştur. Gelişen teknoloji standart üretimin yerine farklı üretim potansiyellerinin ortaya çıkmasına neden olurken iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ise firmaların dünyanın farklı bölgelerinde parçalı üretim yapabilmelerini sağlamıştır. Böylelikle büyük firmalar üretimlerini dünyada iş gücünün çok daha ucuz olduğu bölgelerine aktarmıştır. Giderek uluslararasılaşma eğilimi gösteren sermayenin önündeki ulus devlet duvarlarını yıkacak hukuki düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Böylelikle teknolojideki gelişmelerle birlikte esnek üretim, küreselleşme olgusu ve neoliberal politikalarla birlikte anılmaktadır.

3.2.2. Enformasyon Toplumu

İnsanoğlunun kendi öz yaşamını ve yaşadığı zamanı anlamlandırma çabaları, temel ihtiyaçlarını çözümlemesinin ardından gökyüzüne bakarak varoluşuna büyüsel bir anlam ithaf etmesiyle başlar. O andan itibaren insanoğlu bu anlamlandırma çabalarını farklı teknolojilerle kayıt altına almış, depolamış ve aktarmıştır. İnsanoğlunun anlamlandırma, var olma, doğaya hükmetme ve kendi aklını egemen kılma süreci her tarihsel aşamada farklı toplumsal yansımalarla ortaya çıkmıştır. Yaşanan çatışmalarla birlikte her dönem kendi ruhunu ortaya koymuştur. İnsanoğlu bu süreçte bütün birikim ve yarattığı bilgiyi farklı teknolojilerle korumuş ve aktarmıştır. Kayıt altına alma, depolama ve aktarma üzerine kurulu tarihsel süreç, bilim ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte farklı medyaların ve farklı iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Geleneksel toplumlarda yaşanan verili ve sınırları belirli hayat tarzının ortaya çıkardığı geleneksel iletişim tarzı, Sanayi Devrimi ve onun ortaya çıkardığı yeni yaşam biçiminde geçerliliğini yitirmiştir. Aydınlanma düşüncesinin ortaya koyduğu aklın egemenliğinin, gündelik hayat pratiğine yansımasını iliklerine kadar hisseden ancak henüz ne yaşadığını bilmeyen, geleneksel toplumdan kopup gelmiş XIX yüzyıl insanı için iletişimin ve iletişim araçlarının anlamı bambaşka olmuştur.

XIX. yüzyıla gelene kadar ulaşım, gemicilik gibi alanlarda yaşanan gelişmeler uluslararası pazarın genişlemesine neden olmuş ve sermayenin önündeki engeller

kalkmaya başlamıştır. Metanın ve buna bağlı olarak da sermayenin dolaşımının kolaylaşması, üretim biçim ve miktarını etkilemiştir. Böylelikle XIX yüzyıla gelindiğinde Avrupa'da yaşanan sermaye birikimi insan hayatını birebir etkileyecek ve hatta en mahrem alanlarına kadar girecek değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır. Kentlerde ilk kez yaya kaldırımları, vitrinler, havagazı ile çalışan sokak lambaları, büyük mağazalar ve omnibüsler gibi kent yaşamına ilişkin yenilikler ortaya çıkarken kent yaşamına geçen kitlelerin bu yaşam tarzına adapte olmalarını sağlayacak iletişim ve sanat olanakları da görünürlük kazanmıştır. Tefrika romanlı ve reklamlı gazeteler, sentimental edebiyat, operetler, dedektif, Drakula ve Frankeştayn hikayeleri ile kadın dergileri ilk akla gelen örnekler arasında yer almaktadır. Ayrıca mimaride çimento ve demirin kullanımı, müzikte mekanik kayıt ve yabancılaşmış müzik türlerinin gelişmesi de aynı döneme rastlamaktadır. Yine bu dönemde ortaya çıkan fotoğraf ve sinema ile ardından gelecek olan radyo ve televizyona kadar ileri iletişim ortamlarının gelişmesi, iletişim alanındaki farklı sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Reel yaşamdaki bireysel alanların rasyonelleşmesine ve özgürleştirilmesine karşılık işlik ve işlik dışı zamanın düzenlenmesi ve atomlaştırılmış kitlelere dönüşen çağdaş insanın bu koşullarda kendi toplumsal varoluşunun bilincine varabilmesi; kalabalıklar içindeki yalnızlığında kendi bireyliğine erişebilmesi, çözümü oldukça güç bir sorun haline gelmiştir. (Oskay, 1993: 7)

Giddens'e göre, modernliğin geleneksel olandan kopuşunun temel öğesi mekanize edilmiş iletişim teknolojileri ve mekanik baskı teknolojileridir. Giddens, haberler ile simgelenen bilgi birikimi olmaksızın modernliğe ait kurumların küresel boyutta genişlemesinin olanaksızlığına dikkat çekmektedir. (Giddens, 1994: 73)

Lyotard, *"Postmodern Durum"* adlı çalışmasında, teknolojik gelişmelerin bilgi üzerinde hatırı sayılır bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. (Lyotard, 2000: 18) Bu dönemde kullanıcıları ve üreticileri için bilginin anlamının değişime uğradığını belirten Lyotard'a göre bilgi ticari bir metaya dönüşerek kullanım değerinden giderek uzaklaşmaktadır. Enformasyon malı formunu alan bilgi, üretici güçler için dünyanın her tarafındaki rekabetin esas parçası olmaya devam edecektir. (Lyotard, 2000: 20-21) Lyotard'a göre, bu dönemde bilgi temel üretim gücü haline gelmiştir ve toplumun bilgisayarlaşması temel gerçeklik olarak ele alınır. Lyotard enformasyon toplumu kuramcılarının görüşlerini kabul eder. Postmodern biçimi altında bilgi basitçe sanayi

sonrası toplumun kültürel bir ürünü değildir; tam da bilgi toplumunun bir boyutudur. (Kumar, 2013: 140)

Enformasyon toplumu tanımlarının merkezinde genellikle enformasyon işleme, depolama ve iletimi alanında yaşanan teknolojik gelişmeler ve enformasyonun ekonomik alanda yaratacağı değişimler bulunmaktadır (Başaran, 2010: 65). 20. Yüzyılın son on yılında iletişim ve enformasyon alanlarında yaşanan gelişmelerin yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler pek çoklarına göre toplumun, ekonominin, kültürün ve politikanın yeni bir biçim almasını sağlamıştır (Başaran, 2010: 67). Enformasyon toplumu tezleri, tarihsel ilerleme içinde gelişen teknolojinin toplumsal yaşamda önemli iyileştirmeleri olacağını ve bu toplumda yaşanan eşitsizliklerin, temsiliyet sorunlarının ve toplumsal sıkıntıların teknoloji sayesinde çözüleceğini iddia etmektedir.

Kumar, enformasyon toplumu yandaşlarının görüşlerini şu şekilde özetler: enformasyon toplumu, yeni bir üretim tarzını başlatmaktadır ve üretim tarzında yaşanan değişim toplumun en temel düzeyinde değişikliğe neden olmaktadır. Sanayi toplumunun merkezi değişkenleri olan emek ve sermayenin yerini, enformasyon ve bilgi almakta, bu değişim de zenginlik yaratımının kaynağını ve üretimdeki egemen etkenleri değiştirmektedir. Onlara göre, emek-değer kuramı yerini bilgi-değer kuramına bırakmalıdır. Enformasyon toplumu tezi, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamda yarattığı radikal değişiklikleri, ilerleme düşüncesi çerçevesinde değerlendirir. Aydınlanmanın getirdiği ilerleme fikri doğrultusunda iletişim araçlarının yarattığı değişikliklerin toplumların ilerlemesine ve katılımcı demokrasinin gelişmesine katkı sunacağı düşüncesi çevresinde belirginleşen enformasyon toplumu görüşü içinde, enformasyonun yalnızca bir kavram olarak değil, bir ideoloji olarak doğuşu, bilgisayarın gelişimiyle kopmaz bir biçimde bağlantılıdır (Kumar, 2013: 25).

1970'li yılların ardından değişen üretim biçimi ve esnek uzmanlaşma ile birlikte büyük firmaların birleşmesi, iletişim ve eğlence alanında dev korporasyonların oluşmasına yol açmıştır. Dev küresel şirketler bu yolla, yeni dünyanın enformasyon düzenini oluşturarak enformasyon toplumu savunucularının ütopik tezlerine son vermişlerdir. Bu dönemi adlandırma çabaları içinde kullanılan kavramlardan biri olan enformasyon toplumu ise teknolojik belirlenimcilik düşüncesi içinde gelişen

teknolojinin ve yeni iletişim ortamlarının demokrasiyi güçlendirip katılımı arttıracağını ve zengin ve yoksul ülkeler arasındaki eşitsizliklerin giderileceğini savunmaktadır. Enformasyon toplumu, iletişime ve enformasyona ulaşıma ait problemlerin ortadan kalkacağı, demokratik katılımın üst düzeye çıkacağı ve merkez ülkelerin yanı sıra çevre ülkelerin de bu gelişmelere ayak uydurarak gelişeceği yöndedir.

1970'li yıllarda yaşanan ekonomik krizin ardından, ekonomi politikalarında gerçekleşen değişim, iletişim alanında da farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına ve egemen olmasına neden olmuştur. Üretim sisteminin değişmesi, insan hayatını temelinden etkilemiştir. Tüketim kalıplarından iletişim biçimlerine, çalışma koşullarından aile hayatına kadar toplumsal yaşamın her alanda etkisini gösteren bu değişim, yaşanılan toplumun yeniden adlandırılma gereksinimini doğurmuştur. Enfomasyon Toplumu, Gösteri Toplumu, Postmodern Toplum, Ağ Toplumu gibi farklı isim ve kavramsallaştırmalar, özellikle XX. Yüzyılın ikinci yarısına işaret ederken sanayi sonrası toplumun farklı yönlerini vurgulamışlardır. Sosyal devlet anlayışından vazgeçilerek neoliberal politikaların uygulanmaya başlandığı bu dönemde, sermaye küreselleşerek ve önündeki bütün engelleri yıkarak dünya genelinde daha önce ulaşamadığı sınırlara yayılmıştır. Bu dönemde tarihin hiç bir döneminde olmadığı kadar, sıradan insan hayatı üzerinde, ekonomik ilişkiler belirleyici olmaya başlamıştır. Sosyal devlet anlayışı terkedilmiş ve devletlerin iktisadi alandan elini çekmesi gerektiği görüşü hakim hale gelmiştir. Neoliberalizmin gereklilikleri, deregülasyon ve uluslararası tahkim yasaları ile uygulamaya konmuş, uluslararası sermayenin önündeki engeller çeşitli kurumlar eliyle kaldırılmıştır. Ekonomi Politik alandaki bu uygulamaların medya alanına yansıması, hem yapısal hem de düşünsel değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır. Sermayenin önündeki engellerin kaldırılmasıyla birlikte özelleştirmelerin önü açılmış ve medyanın mülkiyet yapısı değişmiştir. Devlete ait ve kamu yayıncılığı yapan kurumların yanı sıra dev şirketlerin sahibi olduğu, önceliği karı maksimize etmek olan medya kuruluşları, medya piyasasına hakim olmaya başlamıştır. Büyük konsorsiyumların sahip olduğu medya kuruluşları, yeri geldiğinde bir tehdit unsuru, yeri geldiğinde bir pazarlama aracı olarak hizmet görürler. Medya bu dönemde küreselleşmenin önemli unsurlarından biri olarak büyümüş, yatay ve dikey birleşmelerle birlikte devasa boyutlar almıştır. Küreselleşmenin ve neoliberal politikaların dünya çapında yayılmasında medya hem ekonomik hem de kültürel rol oynamıştır. Küresel

sermayenin önündeki engelleri kaldırmak, küresel bazda ihtiyaçları manipüle edebilmek ve çevreyi hem ekonomik hem siyasal hem de kültürel anlamda merkeze bağımlı kılabilmek adına, neoliberal politikalar medyayı etkin bir şekilde kullanmışlardır.

Sermayenin gücü medya sektöründeki şirketlerin yapılarındaki değişikliklerden, devletin rolüne, yeni teknolojilerin kullanımına ve medyanın ürettiği kültürel biçimlere ve anlamlara dek uzanmaktadır (Wayne, 2015: 16). Medyanın temel rolü ise hegemonyayı sürdürmek ve tüketim alışkanlıklarını manipüle etmektir. Kamu yayıncılığının terkedilmesi ile birlikte, haber eğlence alanına girmeye başlamıştır. Böylelikle haber, görüntü ve gerçeklik arasındaki ilişki manipülasyona çok daha açık hale gelmiştir.

Teknolojinin topluma dıştan ve verili bir durum olarak sunulduğu teknolojik determinizm yaklaşımına göre, üretim ve tüketim ilişkileri ekonomi politik bir pencereden ele alınmaz ve teknoloji tarafsız ve doğal bir ön kabul olarak sunulur. Enformasyon toplumu kuramlarının, gelişmiş ülkelerle az gelişmiş ülkeler arasında olduğu kadar, bireyler arasındaki eşitsizliğin ortadan kalkması için de enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yayılması gerekliliğine dair iddiası dışında herhangi bir görüşü bulunmamaktadır. Herhangi bir yayılma modeli ya da politik araç geliştirmemiş olan enformasyon toplumu kuramları, 1980'lerden itibaren gelişmiş ülkelerin 1990'lardan itibaren tüm gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin politik gündemine oturmuştur. Enformasyon toplumu kuramlarında ileri sürülen, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yayılması yoluyla yeni bir toplumun ortaya çıktığı görüşü, günümüz neo liberal iletişim politikalarının meşrulaştırılmasını sağlayan en önemli etkenlerden biri olmuştur. (Başaran, 2010: 74-75)

Castells, tarihsel açıdan bakıldığında enformasyonun bütün toplumlarda önemli olduğunu, ancak enformasyon toplumunda bilginin üretim ve iktidar ilişkilerinde belirleyici olduğunu iddia eder. Castells'e göre toplumsal alanı belirleyen temel ilişki biçimi, teknoloji ve üretim biçimi arasındaki ilişkidir. Teknoloji başlı başına üretim biçiminde değişikliğe yol açarken, üretim biçiminde meydana gelen değişim, toplumsal alanı ve iktidar ilişkilerini dönüştürmektedir. Bu dönemde istihdamın niteliği değişmiş ve hizmet sektöründe yükseliş meydana gelmiştir. Castells'e göre, yeni iletişim ve enformasyon teknolojileri, küreselleşmenin tam anlamıyla gerçekleşmesinin temel

koşuludur. Gelişmiş bilgisayar sistemleri sayesinde karmaşık finansal işlemler hızlı bir şekilde gerçekleştirilir ve dünyanın farklı bölgelerindeki finans merkezleri ileri telekomünikasyon sistemleri ile birbirine bağlanabilir. Online yönetim, şirketlerin ülke ve dünya çapında iş görmesini sağlamaktadır. Esnek üretim olanaklı hale gelmiştir. İnteraktif iletişim ve enformasyonun geri bildirimi sayesinde sağlanan üretim ve dağıtım koordinasyonu, ulus üstü mal ve hizmet ağlarının oluşmasına kapı açmaktadır. Hızlı, mal ve insan taşımacılığında yüksek kapasiteye sahip hava ulaşımı, okyanus ötesi denizcilik hatları, demiryolları ve otobanlardan oluşan dünya çapında bir ağın işletilebilmesi için enformasyon teknolojisi temel öneme sahiptir. 1990'ların sonunda internet, yeni bir küresel girişimciliğin, ağ müessesesinin teknolojik belkemiği haline gelmiştir. (Castells, 2005, s. 171-172)

Özellikle en zengin ülkeler olan G7 ülkelerinin hükümetleri ve onların yardımcı kurumları (Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası ile Dünya Ticaret Örgütü vb) yeni bir küresel ekonominin kurulmasında belirleyici olmuşlardır. Bu kapsamda küreselleşmenin temelini atan birbiriyle ilintili üç politika söz konusudur: ülke içinde ekonomik etkinliklerin yasal düzenlemelerden muaf tutulması (finans piyasalarından başlayarak), uluslararası ticaretin ve yatırımların serbest hale getirilmesi ve son olarak devletin kontrolündeki şirketlerin özelleştirilmesi (genelde yabancılara satıldılar). ABD'de 1970'lerin ortalarında uygulanmaya başlanan bu politikalar, 1980'li yıllarda Britanya ve Avrupa Birliği'ne yayılmış ve 1990'lı yıllarda da dünyanın birçok ülkesinde, egemen politika ve uluslararası ekonomik sistemin ortak standardı haline gelmiştir. (Castells, 2005, s. 172)

Yeni medyanın art alanında yatan teknolojiler, esnek üretimin gerçekleşebilmesinin de temel sebeplerini oluşturmaktadır. Özellikle finans sektöründe alt yapıyı oluşturan yeni iletişim teknolojileri, küresel ekonominin işleyişinde çok önemli bir role sahiptir. Sayısal teknolojilerde yaşanan gelişmeler yeni medyanın temellerini atmıştır. Sayısal teknoloji sayesinde verilerin aktarılması, depolanması ve işlenmesine ilişkin geleneksel yöntemler aşılmış, enformasyon, görüntü metin ve ses aynı düzlemde aktarılabilir hale gelmiştir. Böylelikle yeni iletişim teknolojileri sayesinde, hem veri aktarım hızı inanılmaz bir boyutta artmış hem de veri üretimi hızlanmıştır. Ayrıca geleneksel iletişim araçları karşısında alıcı konumundaki izleyici,

yeni iletişim araçları sayesinde, aynı zamanda içerik üretimine katkı sağlayabilir hale gelmiştir.

Yaşanan düşünsel dönüşüm, teknolojik olarak temelini bulmasının ardından dünya geneline yayılma fırsatı bulmuştur. İnternet'in 1990'lı yılların ortalarından itibaren gündelik yaşamın bir unsuru olmaya başlaması ile birlikte, kitle iletişim araçlarında önemli değişiklikler ortaya çıkmıştır. Teknolojik alt yapıda meydana gelen bu değişim, toplumsal yansımaları da beraberinde getirmiştir. Sayısal teknoloji ve internet alt yapısında yaşanan sürekli gelişmeler, iletişim alanında ciddi bir mecra değişimine yol açmıştır. Bu süreçle aynı zamanda, gazetecilik ve foto muhabirliği alanında, üretim biçimlerinden üsluba kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir.

3.2.3. Postmodernizm

Kökenini Aydınlanma'nın bilimin ve aklın üstünlüğü, ilerleme, seküler yaşam ve evrensellik fikrinden alan modernlik, XIX ve XX yüzyıllarda ulus devlet, endüstriyalizm, kapitalist dünya pazarı gibi kurumların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Modernitenin getirileri insan hayatında köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Geleneksel ilişkilerinden modernite sonucunda kopan insanın toplumla, tanrıyla, kendi emeğiyle kurduğu ilişkiler kökten değişime uğramıştır. İlerleme fikrine kucak açan Aydınlanma düşüncesi, modernitenin savunduğu o tarih ve gelenekle kopuşu aktif biçimde hedeflemiştir. (Harvey, 2000: 26) Bu fikir doğrultusunda özellikle XIX. Yüzyıl, insan hayatına muazzam çalkantılar ve kökten değişimler getirmiş, zamanın akışından, iletişim biçimlerine kadar her şey değişmiştir. Bilimsel alanda yaşanan gelişmeler, toplumsal hareketler, yeni toplumsal sınıfların ortaya çıkışı bireyin yaşamının en mahrem noktalarına kadar etkide bulunmuş ve modern yaşamın temelleri atılmıştır. Sanayileşme bilimsel bilgiyi teknolojiye dönüştürürken, yeni insan ortamları yaratıp eskilerini yok etmiş, hayatın tüm temposunu hızlandırırken, yeni tekelci iktidar ve sınıf mücadelesi biçimleri yaratmıştır. Milyonlarca insanı atalarından kalma doğal çevrelerinden koparıp başka coğrafyalara ve yeni hayat biçimlerine sürükleyen muazzam demografik altüst oluşlar, modern hayatın kökenlerini oluşturan önemli etmenlerdendir. Göçlere bağlı olarak ortaya çıkan hızlı ve çoğu kez sarsıntılı kentleşme ve ardından geleneksel iletişim tarzlarının değişmesiyle birlikte ortaya çıkan

kitle iletişim sistemleri, modern çağın önemli unsurlarındandır. Kapitalist dünya pazarı ve bu pazarın gereklerini sağlamak için çalışan, diğer taraftan siyasal ve ekonomik alandaki egemenlere karşı direnen, kendi hayatları üzerinde biraz olsun denetim sağlayabilmek için uğraşan insanların kitlesel toplumsal hareketleri modern yaşamın temellerini oluşturmaktadır (Berman, 2002: 28). Ancak faşizmin yükselişi, I. ve II. Dünya savaşları gibi tarihsel gerçeklerin de etkisiyle ortaya çıkan, özgürlüklerin ve öznenin yitimi, kültürel yoksullaşma ve yabancılaşma olguları çerçevesinde modernlik eleştirilmiş ve modernliğe duyulan tepkiler, postmodern dönem olarak da adlandırılacak olan, kapitalizmin yeni döneminin ortaya çıkmasını zorunlu hale getirmiştir. Harvey'e göre, (2000: 53) kendi terimleri etrafında düşünüldüğünde başarısızlık olarak görülmesi gereken modernite, 1968 hareketinin ve postmodernizme dönüşün, kültürel ve politik habercisi olarak görülmelidir.

Modernite ve postmodernite arasındaki ilişki farklı boyutlarıyla farklı tartışma zeminlerinde ele alınmıştır. Modernite geleneksel toplumdan kopuşa gönderme yaparken postmodernite, modernden kopuşu işaret eder. Ancak modernden kopuş ya da modern sonrası olarak adlandırılan dönem, geleneksel-modern ardıllığı kadar sorunsuz bir ayrım üzerine kurulu değildir. Postmodern kültür yeni bir toplum biçimiyle, sanayi sonrası toplumla bağlantılıdır. Bu durumda, toplum açısından kültür hangi konumdaysa, postmodern de, sanayi sonrası açısından aynı konumdadır. Postmodernizm sanayi sonrası toplumun kültürüdür (Kumar, 2013: 138). Postmodernite farklı kültür alanlarını içinde barındıran, kültürel, ekonomik ve toplumsal alanların sahip olduğu sınırların geçirgenleştiği ya da iç içe geçtiği, kültürün tamamen meta haline geldiği, imalat sanayinin yerini hizmet sektörünün aldığı, kimliklerin eriyip gittiği ve ekonomik ilişkilerin başat ilişki biçimini aldığı, tanıma ihtiyaç duyan her şeyin akışkan hale geldiği, tanımlama ve standardizasyon gereksinimlerinin başat halde olduğu ve modernitenin ardından uzayarak kopuşu simgeleyen kapitalizmin tarihsel dönemine verilen addır. Bauman postmodernliğin illa modernliğin reddi, itibarsızlaştırılması ya da sona erdirilmesi olmadığını savunur, Postmodernlik kendi imkansızlığını kabul eden modernliktir, kendini gözetleyici bir modernlik, bir zamanlar bilinçsizce yaptığı şeyleri bilinçli bir şekilde terk eden modernliktir (Bauman, 2003: 348).

Eagleton'a göre, Postmodernizm (Eagleton, 2011: 9) çağdaş kültürün bir biçimine göndermede bulunur; buna karşılık postmodernlik terimi, özgül bir tarihsel

dönemi çağrıştırmaktadır. Postmodernlik klasik hakikat, akıl, kimlik ve nesnellik nosyonlarından, evrensel ilerleme ya da kurtuluş fikrinden, bilimsel açıklamanın başvurabileceği tekil çerçeveler, büyük anlatılar ya da nihai zeminlerden kuşku duyan bir düşünce tarzıdır. Aydınlanmanın ilerleme, aklın üstünlüğü gibi temel noktaları postmodern düşünce için geçerliliğini yitirmiştir. Postmodernlik hakikat, tarih ve normların nesnelliği, doğanın verili oluşu ve kimliklerin tutarlılığı hakkında büyük ölçüde bir kuşkuculuğu beslemektedir.

3.3. Dönüşümün Boyutları

3.3.1. Üretimin Dönüşümü

1800'lü yılların sonlarında ortaya çıkan Taylorist üretim tarzı, işçinin vasıfsızlaştırılması üzerine kuruludur. İşin en ufak ayrıntısına kadar planlanmış olması ve işçinin bu üretim sürecinden koparılarak yalnızca kol emeğine dönüştürülmesi işçinin yabancılaşmasının en önemli sebebidir. Taylorist üretim, emek gücünün bilimsel yöntemlerle denetlenmesi üzerine kuruludur. İşçilerin emir ve disiplinle denetlenmesi yeterli değildir, denetimin tamamen yönetimin elinde olması gerekmektedir. Braverman, Taylorist denetimi üç ilke etrafında toplamaktadır: Bu ilkelerden ilki emek sürecinin işçinin vasıflarından koparılmasıdır. Fabrikadaki iş gücü tamamen zanaattan ve geleneksel üretim yöntemlerinden koparılmalıdır. Üretim süreci işçilerin yeteneklerinden çıkarılarak yönetim pratiklerine teslim edilir. İkinci ilke, insan emeğinin toplumsal görünüm almasını engellemek adına emek sürecinin birliğinin parçalanmasına bağlı olarak satın alınan emeğin yönetilmesinin kolaylaştırılmasıdır. Böylelikle işçinin beyinsel faaliyetleri fabrikadan uzaklaştırılır ve yönetimde merkezileşir. Üçüncü denetim ilkesi ise her işin tam olarak planlanarak, neyin yapılacağının yanı sıra, nasıl ve ne kadar sürede yapılması gerektiğinin de işçiye planlı bir şekilde bildirilmesidir. İş, işçinin imgeleminde bir süreç olmaktan çıkarak bilgi üzerindeki tekel emek sürecinin her bir adımını ve uygulama tarzını denetleme erkini kazanır (Braverman, 2008: 126-132) .

Makineleşmenin ardından bilimsel olarak denetlenen üretim şekli, fordizmin düşünsel kökenini oluşturan Taylorizm'in ortaya çıkmasını sağlamıştır. Fordizmin kökeni F.W. Taylor'un işgücünü denetlemek ve karı maksimize etmek amacıyla ortaya attığı rasyonel ve bilimsel yönteme dayanır. Taylor'ın 1911 yılında yayınlanan

"Bilimsel İş Yönetiminin İlkeleri" adlı kitabı emek üretkenliğinin, her emek sürecinin ayrı ayrı hareketlere ayrıştırılması ve bu ayrıştırılmış işlerin zaman ve hareket araştırmasının katı standartlarına uygun olarak düzenlenmesi yoluyla nasıl radikal biçimde arttırılabileceğini anlatmaktadır (Harvey, 2000: 147). Taylorist örgütlenme, işçiyi elinden her türlü inisiyatifin alındığı bir kısıtlamalar sistemine hapsederek, ondan en yüksek verimi zorla almaya yöneliktir (Gorz, 2014: 47). Taylor'un bilimsel yöntemi, hızla büyüyen kapitalist işletmelerin kullandığı iş gücünü en verimli halde organize etmesini hedefler. Kapitalizm koşulları verili ve doğal koşullar olarak kabul edilip, emeğin organizasyonu insani bakış açısıyla değil kapitalist bakış açısıyla düzenlenir. Temel olarak Taylor'un yaptığı şey, emeğin sermayenin koşullarına uyumlulaştırılmasıdır (Braverman, 2008: 106).

1914 yılında Henry Ford'un kurduğu otomobil fabrikasının üretim yapılanması temel olarak Taylor'un bilimsel yöntemine dayanır. Ancak fordizmin dünyada hakim üretim biçimi halini alması, II. Dünya Savaşı sonrası yıllara tekabül etmektedir. Fordist üretim, kitle halindeki iş gücünün kayan bir bant sitemi etrafında en küçük ayrıntısına kadar ayrıştırılmış ve standartlaştırılmış işleri yapması temeli üzerine kuruludur. Seri üretim esasına dayanan Fordizm'le birlikte, iş gücü üzerinde sıkı disipline dayalı bir denetim sağlanmıştır. Diğer taraftan en ince ayrıntısına kadar belirlenmiş standartlarda yapılan üretim işçinin inisiyatif kullanmasının önüne geçmiş böylelikle işgücünün vasıfsızlaşmasını da beraberinde getirmiştir. Ancak fordizmin asıl etkisi sadece üretim alanında yarattığı değişimler değildir. Fordist üretim kitle tüketimini gerektirmektedir. Üretimin maksimizasyonu diğer taraftan onu tüketecek kitlelere ve istikrarlı pazarlara ihtiyaç duymaktadır. Kitlesel üretim ve kitlesel tüketim ikilisinin dengesi, üretimde bilimsel yöntem ve tekniklerin devreye sokulması ve arzın rasyonalize edilmesi, tüketimde ise Keynezyen politikaların uygulanması ile sağlanacaktır. (Uğur, 1993: 148-165).

Temelde emeğin örgütlenme şekli ve kitlesel üretim kavramları çerçevesinde tanımlanan fordizm kavramı, farklı düzlemlerde kullanılmaktadır. Emek sürecinin özgün bir örgütlenme şekli olarak fordizm, kitlesel üretim, niteliksiz işgücü, işin en küçük parçalarına ayrılması ve karar ve icranın ayrılması olarak karşımıza çıkar. İkinci düzlemde üretimin egemen olduğu sektörler ele alınır. Üçüncü düzlemde fordizm, kitlesel üretim ve tüketime dayalı bir birikim rejimi anlamına gelmektedir. Son olarak

Fordizm, Fordist birikim rejimi ve tekelci düzenleme tarzının bileşiminden oluşan bir gelişme tarzı olarak karşımıza çıkar (Taymaz, 1993: 8).

Fordizm seri imalatın ve kitlesel tüketimin eşleştiği bir birikim rejimi olarak refah devleti, çekirdek aile, sınai sektör sendikaları ve de emekçi huzuru ile tüketici talebini destekleyen diğer tüm kurumları içeren bir düzenleme modeli sayesinde sürdürülmüştür. Ancak, kurumlarının kemikleşmiş yapısı, toplumsal taleplerin ve endüstriyel paradigmanın sınırlarının baskısı altında çözülmüştür (Gibson ve Graham, 2010: 92). Fordizm 1970'lerin başına gelindiğinde toplumsal ve teknik sınırlarına ulaşmış ve hızlı büyüme çağı sona yaklaşmıştır. İşçilerin, Taylorizm'in etkilerine direnç göstermesi ve kitlelerin tüketim talebinin değişmesi bu süreçte etkili olmuştur (Gibson-Graham, 2010: 236). Kapitalizmin 1970'lerde yaşadığı krizin ardından, fordizm egemen üretim olmaktan çıkmış ve yerini yeni bir üretim şekli ve toplumsal inşa alanı olarak post fordizm almıştır. 1970'li yıllardan itibaren kapitalizmin yaşadığı krizle birlikte esnek üretime geçilmesi, özellikle teknolojik gelişmelerle birebir bağlantı halindedir.

Üretim sisteminde yaşanan değişim insan yaşamına çalışmanın dönüşümü şeklinde yansımıştır. Çalışma her üretim sisteminin ve iktidar yapısının ihtiyaç duyduğu toplumu yaratmasını sağlayan önemli bir aygıttır. Bu açıdan çalışmayı sadece ekonomik bir faaliyet olarak düşünmek yanlış olacaktır. Toplumsal sınıfların oluşumundan, ekonomik faaliyetlerin toplumsal ilişkilerde oynadığı role, tüketim kalıplarından aile yapısına kadar geniş bir alanda çalışma ve üretim biçiminin etkisi görülmektedir. Çalışma bireylerin sadece ekonomik sisteme değil, toplumsal, politik ve ailevi işbirliği tarzlarına da entegre olmasını sağlayan önemli bir araçtır. Çalışma zorunluluğu temel toplumsal sözleşmenin asli unsurudur (Weeks, 2014: 21). Bireyin yaşamında çalışma farklı boyutlarıyla ortaya çıkmaktadır. Ekonomik anlamda, üretme veya ticari bir etkinlik olarak gelir elde etmek için yapılırken psikolojik anlamda tatmin kaynağı, sosyolojik olarak bir ilişki türü, hukuki olarak bir sözleşme biçimi ve siyasi olarak tabakalaşma kaynağı olabilmektedir (Güldiken, 2015: 5).

Kapitalist ilişkiler içinde yaşanan krizler ve değişen üretim biçimlerine bağlı olarak çalışmanın doğası ve buna bağlı olarak toplum yapıları değişime uğramıştır. Çalışmayı boş vakit ve insan ihtiyaçları çerçevesinde ele alan Henry Lefebvre'ye göre, burjuva toplumu ile birlikte çalışma eski çağlardaki değerinden koparılmış ve çalışmaya

yeni bir değer biçilmiştir. Sanayi üretiminin getirdiği parçalı üretim, insanı insan olarak emekçiden ayırmıştır. Birey yeni çalışma koşullarında karmaşık toplumsal ilişkilere gömülerek tecrit olmuş, bireysel bilinç; özel bilinç, toplumsal ve kamusal bilinç olarak bölünmüş, bireycilik, uzmanlaşma ve faaliyet alanlarının birbirinden ayrılmasıyla üretim ve çalışma dışı alanlar da birbirinden ayrılarak un ufak olmuştur. Burjuva toplumunda çalışma, ailevi ve özel yaşam ile boş vakit gibi gündelik hayat öğelerinin birbirinden ayrılmış olması bir yabancılaşma içerir. Modern sanayi uygarlığı, parçalı çalışmayla birlikte genel bir boş vakit ihtiyacı doğurur ve bu ihtiyacın ardından farklılaşmış somut ihtiyaçlar ortaya çıkar (Lefebvre, 2012: 36-37).

Andre Gorz 1970'li yıllardan itibaren uygulanan neo-liberal politikaların ardından, endüstriyel kapitalizme özgü olan çalışmanın son bulduğunu savunur. Gorz'a göre çalışma sanayileşmenin ardından ortaya çıkmış, bireysel ve toplumsal alanın ortasına yerleştirilerek genelleştirilmiştir (Gorz, 2007: 31). Sanayi toplumunda çalışma vasıtasıyla insanlar toplumsal bir varlık ve kimlik edinir, toplumsal olarak anlam kazanır, bir ilişkiler ve değişim ağına dahil olur. Bu toplumda çalışmanın karşılığı toplumsal olarak verilir ve değerlendirilirken, işi olmayanlar için bile çalışma en önemli toplumsallaşma unsuru olarak karşımıza çıkar. Bu sebeple sanayi toplumu kendini *"emekçiler toplumu"* olarak ve böylelikle kendinden önceki toplumlardan ayırır (Gorz, 2007: 28). Çalışma modernliğin bir icadıdır. Çalışma sanayi kapitalizminin öncesinde örnekleri görülen gündelik işçilerin, serflerin ya da zanaatkarların yaptığı şey değildir. Sanayi çalışmasının bilimsel örgütlenmesi, çalışmayı emekçinin kişiliğinden sürekli olarak koparma çabasıdır. (Gorz, 2007: 37)

Gorz'a göre, endüstriyel çalışma, fordizmin ardından uygulanan esnek üretim ve esnek uzmanlaşma ile birlikte son bulmuştur. Günümüzde çalışma, öznenin kendisini gerçekleştirmesine elverişli değildir. Pratik ve duyumsal etkinlikler aşırı derecede zayıflatılmıştır ve enformatik görüntüleme ekranının önünde çalışan milyonlarca işçi ya da teknisyen, somut hiç bir iş gerçekleştirmemektedir. Bu koşullardaki çalışmanın, nesnel dünyaya uyarlanacak ve bu dünyanın sahiplenilmesini sağlayacak tarzdaki bir çalışma anlayışı ile ilgisi yoktur. Maddi olmayan şey, emekçilerinin emek ürünleri, örneğin hizmet sektörü çalışanlarının çoğunluğunun emeği, uçucudur, tamamlandıkları anda tüketilirler. Bu emekçilerin *"işte yaptığım şey, işte yapıtım, bu benim eserim"* diyebilmesi sık görülen bir durum değildir (Gorz, 2014:11).

Ritzer, Post fordizmin ortaya çıkmasına rağmen Fordizmden tarihsel olarak bir kopuş yaşanmadığını savunmaktadır. Ritzer, Post Fordizmin yükselişinin yarattığı değişimi beş başlıkta ele almaktadır: İlk olarak, seri ürünlere yönelik ilgi azalırken özel sipariş, tasarım ve kalite açısından yüksek standartlara ilgi artmıştır. Sıkıcı ve birbirinin aynı ürünler yerine, kolayca ayırt edilebilen ürünler talep eden postfordist tüketiciler, kaliteye daha fazla para ödeme eğilimindedirler. İkincisi, kişiye özel ürünler daha kısa sürede üretilmekte ve bunun sonucunda, daha küçük ve daha az üretici sistemlere ve dev fabrikaların yerine, çok çeşitli ürünleri olan küçük fabrikalara doğru geçiş yaşanmaktadır. Üçüncü olarak, post fordist dünyada yeni teknolojiler esnek üretimi karlı hale getirmiş, böylece farklı ürünler üretebilen bilgisayarlı ekipmanlar, eski tek işlevli teknolojinin yerini almıştır. Yeni üretim sistemi, esnek sistemlere ve esnek denetime ihtiyaç duymaktadır. Dördüncü olarak, post fordist sistemler işçilerden eskisine oranla daha çok şey ister; işçiler yeni teknolojilerle çalışmak için daha fazla beceriye ve daha iyi eğitime ihtiyaç duymaktadır. Bu da daha fazla sorumluluk alabilen ve daha özerk çalışabilen yeni bir işçi tipinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Son olarak, post fordist işçiler farklılaştığı için, farklı mallar, yaşam biçimleri ve kültür araçları talep etmeye başlar. İşyerindeki değişim toplumda daha büyük bir değişimi beraberinde getirmiştir ve bu da işyerinde daha büyük bir farklılaşmaya neden olmaktadır. (Ritzer, 1998: 220-221).

3.3.2. Tüketimin Dönüşümü

Tüketim olgusu kapitalizmin varlığını sürdürmesi adına önemli bir noktada bulunmaktadır. Kökeni daha öncelere dayansa da tüketimin yükselişi ve kimliklerin ve sınıfların göstergesi olarak toplumsal bir hal alması, Fordist Keynesyen politikaların uygulanmasının ardından 1950'li yıllara tekabül eder. 1950'li yıllardan sonra ortaya çıkan tüketici gruplarının ihtiyaçları ve yaşam biçimleri, tükettikleri ürünler tarafından belirlenmeye başlanmıştır. XX. yüzyılda işgücünün aynı zamanda tüketici olarak konumlanmasının ardından, fabrikatörler ürünleri, reklamcılar da tüketicileri üretmişlerdir. Reklamcılar ürünlerini pazarlarken kültürel değerlere, zevki ve hatta duygusallığı da katmaya başlamış ve bu değişim, bireylerin moda ve gösteriş peşinde koşmalarına, satın alarak ve tüketerek mutlu oldukları bir toplumsal dönüşümün aktörleri haline gelmelerine neden olmuştur (Alemdar, Erdoğan, 1994: 121).

Andre Gorz, çalışmanın iktisadi akılcılaşmasının, yaşam tarzını, değerleri, toplumsal ilişkileri ve doğa ile olan ilişkileri dönüşüme uğrattığını savunur. Bu dönüşümle birlikte öncesinde üretken faaliyet olarak insan hayatının merkezinde yer alan çalışma, hedefinden kopup basit bir ücret kazanma aracı haline gelmiş ve hayatın bir parçası olmaktan çıkıp hayatını kazanmanın aracı olmuştur. İşçi üreticinin, işçi tüketiciye yani tükettiğini üretmeyen ürettiğini de tüketmeyen birey için çalışmanın esas amacı toplumsal makine tarafından üretilen ve tanımlanan malları satın alabilecek kadar kazanmaktır. Böyle bir toplumda ortaya çıkan birey tipi, çalışmasında ve buna bağlı olarak da ihtiyaçlarında ve tüketim alışkanlıklarında yabancılaşmış bireydir. Bu birey için paranın ve para ile elde edilebilecek ihtiyaçların sınırı olmayacaktır (Gorz, 2007: 38).

Fordist dönemin modern olarak belirlenmesinin sebebi, yeni tüketicilerin meslek sahibi sınıflar olarak algılanmasıdır. Meslek sahipleri ,gelir düzeyinin yüksek olmasının yanı sıra eğitim düzeylerinin yüksek olması nedeni ile de tüketim kalıplarını belirlemiştir. 1950'li yıllarda modern tüketim, gelişmiş ülkelerde çok yoksullar dışındaki tüm gruplar arasında gelişmeye başlamış, ücretli çalışan çeşitli emekçilerin oluşturduğu gruplar, tüketici haline gelmişlerdir. Temel gereksinimlerini karşılayabilecek gelire ve satın alma gücüne sahip olan bu gruplar, televizyon setleri ve otomobiller gibi tüketim mallarına karşı daha duyarlı hale gelmişlerdir. Bu dönemde reklamlar öncelikli olarak, henüz anne babalarıyla yaşamakta olan ve oldukça yüksek ücret alan genç kadın ve erkekleri, hemen ardından da yeni çıkan dayanıklı tüketim malzemelerine sahip olmak ve yenilikleri deneyebilmek adına çalışmaya başlamış kadınları hedef almıştır (Bocock, 2005: 30-31). Yeni türeyen tüketici gruplarının ihtiyaçlarının reklamlar aracılığıyla manipüle edilmesi sonucunda tüketim, toplumsal statünün, gelirin ve yeni yaşam biçiminin göstergesi haline gelmiştir. Diğer taraftan grup aidiyetleri ve kimlikler de tüketim kalıplarının belirlenmesinde önemli bir etken olmuştur. Belirli tüketim mallarının kullanımı, belirli müzik ve spor etkinliklerine katılım yoluyla oluşan kimlikler belirli tüketim kalıplarını oluşturmuştur. Bu tür tüketim kalıpları, kimin grup üyesi olup kimin olmadığını tanımlayabilecek temel unsurlar olarak kullanmaya başlanmıştır (Bocock, 2005: 36-37).

Üretim sisteminin değişmesinin ardından tüketim kalıplarında da değişim meydana gelmiştir. Tüketim, ihtiyaçların karşılanması ya da manipülasyonu

noktasından, insanın kendini var etme ve kimlik sahibi olma sorunsalı halini alarak toplumsal ve kültürel boyutlarının öne çıktığı bir olgu haline gelmiştir. Tüketilen nesnenin kullanım değeri değişim değerinin gölgesinde eriyip gitmektedir. Tüketimin zevk verici boyutunu abartarak öne çıkartanlar için tüketim gerçekten özgürlüğü vaat eden, yaratıcı ve dönüştürücü bir eylem olarak görülmektedir. (Türkoğlu, 2004: 274).

Bauman'a göre yaşadığımız toplum bir tüketim toplumudur. Bütün canlılar ezelden beri tüketmektedir ancak *"tüketim toplumu"* dendiğinde, üyelerinin tükettiği bir toplum tanımından daha ötesi kast edilmektedir. Kuruluş aşamasındaki modern toplum bir üreticiler toplumu idiyse aynı derin ve temel anlamda bizim toplumumuz da bir tüketim toplumudur. (Bauma, 2012: 84) Anlamını tüketici seçimi ile eşitleyen postmodern pratikte, özgür olmak için öncelikle tüketici olmak gerekmektedir. Milyonlarca insanı bu özgürlük tanımının dışında bırakan bu öncelikli koşul, modern dönemde olduğu gibi, postmodern dönemde de yoksulluğun diskalifiye olma sebebi olmuştur (Bauman, 2003: 349).

Guy Debord yaşadığımız toplumu "gösteri toplumu" olarak niteler. Ona göre gösteri toplumunun temel niteliği, modern üretim koşullarında yaşamın devasa bir gösteri birikimine dönüşmesi ve böylece, yaşamın birliğinin, temsil ve imajların akışı içinde yitip gitmesidir (Debord, 1996: 13). Debord'da gösteri, üretim sisteminin bir yansıması olarak tüketim yoluyla var olan sistemin doğrulanmasını sağlar. İktisadın toplumsal yaşam üzerindeki tahakkümün ilk aşaması, insan hareketlerinin tanımlanmasında "*var olmaktan", "sahip olmaya"* geçen bariz bir bayağılaşmaya yol açmıştır. Toplumsal yaşamın iktisadın tamamen tahakkümü altına girdiği bu aşamasında ise sahip olmanın yerini *"gibi görünmek"* almıştır. Böylelikle gerçek dünya basit imajlar halini alır (Debord, 1996: 17). Gösteri toplumunda kişilerin arzu ve ihtiyaçları gösteri ve imajlar yoluyla sürekli bir manipülasyona tabi tutulmaktadır.

Baudrillard'da tüketim her zaman semboller ve göstergelerin tüketimi anlamına gelir. Anlamlar tüketicinin dikkatini çeken gösterge sembol sistemi içinde oluşturulmaktadır. Tüketim davranışı arzunun metaforik ya da dolaylı dışavurumu, farklılaştırıcı göstergeler üzerinden toplumsal bir değerler kodunun üretilmesidir. Tüketim, göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence altına alan

toplumsal bir sistemdir. Böylelikle tüketim hem bir ahlak ve ideolojik değerler sistemi hem de bir iletişim sistemi ve değiş tokuş yapısıdır (Baudrillard, 2013: 83).

Baudrillard'a göre içinde bulunduğumuz postmodern durumda enformasyonla birlikte artık gerçeği sahteden, gelişmeyi anlık tepkilerden bilgiyi sözde bilgiden ayırmak olanaksızdır. Çünkü gerçeklik bütünüyle kitle iletişim araçlarından oluşturulmaktadır. Gerçeklik yalnızca kurgusal bir şeydir ve bu yüzdendir ki rasyonel tartışmalara konu olamaz (Türkoğlu, 2004: 173). Ona göre tüketim insanın biyolojik ihtiyaçlarının karşıladığı bir süreçten öte, tüketicinin aktif bir biçimde katıldığı, satın aldığı malları sergileyerek bir kimlik duygusu yarattığı ve bu duygunun korunduğu bir süreçtir. Tüketim olgusu hem kolektif hem de bireysel kimlik duygularının sembolik oluşumunu içeren etkin bir süreç halini alır. Baudrillard'a göre tüketim insanların varoluş şekillerini dışa vurmaktan ziyade kimlik duygularını satın aldıkları şeyler aracılığıyla oluşturdukları bir süreçtir. (Bocock, 2005: 75) Tüketim başlı başına insanların varoluşunu, kimliğini ve prestijini belirleyen simge ve imajlar dizgesidir. Baudrillard tüketimi, tüm küresel sistemimizin üstünde yer alan ve yalnızca nesnelerle değil toplum ve dünyayla aktif bir iletişim kurma biçimi, sistemli bir etkinlikler dünyası ve tüm sorulara yanıt verme biçimi olarak görmek gerektiğini savunur. Ona göre insanların tüketici olarak tanımlanmasının nedenleri, satın alması, sahip olması, zevk alması ve para harcaması ya da tüketimin çağdaş toplum için geçerli bir terim olduğunu kabul etmemizin nedeni, insanların sahip olduğu malların miktarı ya da gereksinimlerinin tatmin edilmiş olması değildir. Bütün bunların çok ötesinde tüketim, anlamlı bir töz doğrultusunda örgütlenme ve göstergeleri sistemli bir şekilde güdümleme biçimi olarak tanımlanabilir (Baudrillard, 2010: 240-241).

Bocock, kapitalizmin yarattığı tüketim kültürünü "tüketimcilik" olarak adlandırırken, aynı zamanda tüketimciliğin, insanın gündelik hayatında, kapitalizmi meşrulaştıran sağlam bir kapitalizm ideolojisi halini aldığını belirtmektedir. Çeşitli televizyon programları ve filmler aracılığıyla bu ürünlerin gösterilmesi varlığın ve yokluğun bilinçaltı arzularına seslenerek entelektüel ve ahlaki düzeyde olmasa bile bilinçaltı düzeyinde kapitalizmi geçerli hale getirmektedir. Bu durum giderek global bir hal almaktadır. (Bocock, 2005: 120)

İnsanlığın şimdiye kadar kendinden önceki kültür ve uygarlığı yok edip yerine yeni yaşam tarzları yaratan iki büyük değişim dalgası geçirdiğini savunan Toffler, Tarımsal Devrim ve Endüstri devriminin ardından bugün üçüncü değişim dalgasının yaşanmakta olduğunu öne sürmektedir. Üçüncü dalganın uygarlığı, üretici ile tüketici arasındaki ayrımı ortadan kaldıracak ve yarının ekonomilerinde, üreten tüketicinin (Prosumer) yaygınlaşmasını sağlayacaktır (Toffler, 2008: 16-17). Enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan üreten tüketici, kendi ürettiğini tüketen kişidir. Toffler bu terimle ev-merkezli tüketimin yanı sıra ev merkezli üretimin de gelişmekte olduğunu işaret etmektedir (Kumar, 2013: 189). Endüstri sonrası toplumda üretim yöntemlerinden aile yapılarına kadar farklılık gösterin birçok yeni ilişki tipinin ortaya çıkışı Toffler'a göre, yalnızca üretim biçiminin değişimi ile açıklanamaz. Bu dönüşüm toplumun en küçük parçasına kadar nüfuz eden büyük bir değişim yaratmaktadır. Toffler bu durumu endüstrileşmenin ölümü ve yeni bir dünyanın doğuşu olarak nitelemektedir ve bu yeni dünya, öncekilere göre daha sağlam, çok daha mantıklı, daha saygın ve demokratik bir dünyadır (Toffler, 2008: 10).

3.3.3. Emeğin Dönüşümü

Zanaat üretiminden, otomasyona ve ardından enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim sürecinde emeğin karakteri de değişime uğramıştır. Kar maksimizasyonunu sağlamak ve sermaye birikimini arttırmak adına kapitalist üretim sistemi içinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişen üretim biçimleri, çalışma biçimlerini ve insan emeğini dönüşüme uğratmıştır. Emeğin dönüşümü kapitalizmde artı değerin artırılması ve işgücünden elde edilecek faydanın maksimize edilmesi adına önemlidir. Diğer taraftan bu dönüşümün toplumsal tezahürü, kapitalist sistemin devam edebilmesi için sisteme uygun toplumsal kurumların yaratılması açısından hayati bir noktada bulunmaktadır.

Kapital'de, kapitalist toplumun birincil itici gücünü oluşturan sermaye birikimi güdüsü altında emeğin durmaksızın dönüşümünü ele alan Marx, bu dönüşümün çalışan nüfus açısından etkisini, öncelikle her sanayi dalındaki emek süreçlerinin sürekli değişimi olarak ve sonrasında da i emeğin meslekler ve sanayiler arasındaki yeniden dağılımı olarak ifade eder. (Braverman, 2008: 42) Kapitalist denetim altında ya da kapitalizm adına yapılmasının, üretimin genel niteliğini değiştirmeyeceğini savunan

Marx, üretim sürecini belirli toplumsal koşullar altında aldığı özel biçimlerden bağımsız olarak inceleyerek, insan emeğinin özgün niteliğini ortaya koyar. İnsan emeğinin özelliği başlangıçta üreteceği ürüne ilişkin imgeleme sahip olmasıdır. İşçi, üzerinde çalıştığı malzemede yalnızca bir biçim değişikliği yapmakla kalmaz, aynı zamanda çalışma tarzını amaç haline getiren kendi amacını gerçekleştirir ve kendi iradesini bu amaca tabi kılar. İşçi bu süreçte hem beden hem de kafa gücünü kullanır. İnsan emeğinin ayırt edici yönü budur. (Marx, 2011: 181) Emek süreci insan varlığının doğada sürdürülmesinin ön koşuludur. Kullanım değeri üretimi ve doğal maddelerin insan gereksinimlerini karşılar hale getirilmesini amaçlayan bu süreç, insanla doğa arasında madde değişimini sağlamanın zorunlu koşuludur. Bu süreç toplumların her evresi için ortaktır (Marx, 2011: 186).

Emek sürecinde insan etkinliği, emek araçlarının yardımı ile üzerinde çalışılan malzemede, başlangıçta tasarlanan bir takım değişiklikleri meydana getirmektedir. Sürecin sonu, ortaya çıkan üründür ve her ürün yeni bir kullanım değeridir. Doğadaki bir malzeme biçim değiştirerek insan gereksinimine uyarlanır. Emeğin konuyla birleşmesi sonucu emek maddeleşir, konu dönüştürülür. İşçinin hareketi şimdi üründe hareketsiz ve sabit bir nitelik olarak görülür. Sürecin tümü, sonuç yani ürün açısından incelenirse, emeğin kendisinin üretken bir emek olduğu ortaya çıkar (Marx, 2011: 183).

Kapitalizm altındaki emeğin iki boyutundan söz etmek mümkündür. Emek hem somut hem de soyuttur. Somut emek olarak çalışma, dönüştürücü bir faaliyettir. Diğer taraftan soyut emek olarak çalışma, özgül bir toplumsal biçim tarafından içerilir veya onun içinde ve onun aracılığıyla var olur. Soyut emek somut emeğe üstün gelir. Somut emek bir sonuç, bir ürün elde etme adına yapılan faaliyetken, soyut emek artı değerin elde edilmesine bağlıdır (Saad-Filho, 2006: 31).

Maddi emek, kullanım değeri üreten emektir. Metanın değişim değerini yaratan ise genel soyut emektir. Genel soyut emek niteliksizleştirilmiş, değişim değeri yaratan ve metalar üreten emektir. Değişim değeri tarafından biçimlendirilen emek, kapitalist sistemin genel insan emeği olarak nitelendirilebilir ve emeğin bu soyutlaması, bir toplumdaki her ortalama bireyin gerçekleştirebileceği bir üretici çabadır. (Marx, 1976: 48-49).

Marx kapitalist üretim tarzı içinde, somut emeğin yerini soyut emeğe bırakması ile birlikte bireyin kendi üretiminden soyutlandığını ve böylelikle toplumsal alandan ve insan varlığının kökeninden uzaklaştığını savunur. İnsan emeğinin ayırt edici özelliği olan üreteceği ürünle kurduğu başlangıç ve sonuç ilişkisi sanayi üretimi ile son bulmuştur. Emeğin geçirdiği bu değişim, işçide yabancılaşmaya yol açmaktadır ve bu yabancılaşma, işçinin özgürleşmesini engelleyen temel etmendir. Yabancılaşma, işçinin kendi emeğine, emek ürününe ve türsel varoluşuna yabancılaşması şeklinde farklı tezahürler ile ortaya çıkmaktadır. Marx'ta yabancılaşma kavramı: a) bir kopuşu (insanın kendi doğasından kopuşu, işçinin ürettiği ürünlerden kopuşu); b) bir tersine dönüşü (insanla Tanrı, toplumsal yaşamla siyasal yaşam, insan etkinliğiyle ekonomik ilişkiler arasındaki bağların tersine dönüşü) ve c) öznenin nesne tarafından baskı altına alınışını (insanların dini temsiller önünde eğilmesini, devletin toplumsal yaşama egemen olmasını, işçilerin sermaye tarafından baskılanmasını) ifade eder. (Dumenim, Lövy, Renault, 2013: 182). Marx'a göre işçi kendi emeğinin ürünü ile yabancı bir nesneymiş gibi bir ilişki halindedir. İşçi ne kadar çok servet üretirse, üretim gücü ve kapsamı ne kadar artarsa kendisi de o kadar yoksullaşır ve kendi ürününün ve sermayenin egemenliği altına girer. Emek sadece meta üretmez, kendisi de meta halini alır ve bu sürecin sonunda işçi kendi yarattığı nesnenin kölesi haline gelir (Marx, 2000: 75-76). Kendi emeğine, türüne ve diğer insanlara yabancılaşan işçi artık atomize olmuş bir toplumun üyesi, kapitalizmin yarattığı kültürün etkilerine, baskıya ve sömürüye açık bir birey halini alır.

Kapitalizm koşulları altında işçinin çalışması ne kadar arttırılırsa, işçi o kadar çok somut emeğini yitirmektedir. Nesneleşmiş, somut emeğin yitimi, işçi için karşı sınıfın çıkarlarına işleyen çeşitli ekonomik ve toplumsal süreçlerin de gelişmesiyle birlikte, gerçekliğin yitirilmesine, nesneye bağımlılığa ve yabancılaşmaya dönüşmektedir. Bu durumun toplumsal karşılığı, toplumun servet düzeyi yükseldikçe işçinin yoksullaşması şeklinde somutlaşmaktadır. Kültürel açıdan değerlendirildiğinde ise, yabancı bir nesneye bağımlı gibi, kendi ürettiği ürünlere de bağımlı hale gelen işçi, bu nesnelere sahip olmak için ne kadar çok harcarsa, dış dünyayı o kadar çok zenginleştirmekte ancak buna karşılık kendisi ve iç dünyası o kadar çok yoksullaşmakta ve işçi böylece giderek daha az kendine ait olmaktadır. Bu durum da kültürel alandaki yoksullaşmayı beraberinde getirir (Oskay, 1993: 291).

Esnek üretimle birlikte yaşanan değişimler üretim şeklini dönüşüme uğrattığı gibi insan emeğini, çalışma ortamlarını ve toplumsal yaşamı etkilerken diğer taraftan yeni sektörlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu değişimi yorumlamada önemli görüşler ortaya koyan Richard Sennet'e göre, çalışma hayatında meydana gelen değişimler, tüketim kültürünü ve siyaseti etkilemektedir. Esnek üretim en başta, ileri teknoloji, finans ve hizmet sektörü ile ilgili olsa da bu sektörler kültürel bir etkiye sahip olmaları nedeniyle, toplumun geri kalanı üzerinde etki yaratmaktadır. (Sennet, 2011: 15-16). Esnek çalışma ile birlikte, sanayi tipi meta üretimi değişime uğramış ve bu alanda istihdam azalmıştır. Yanı sıra hiyerarşik yapılarla birlikte bürokrasi zayıflamış, bilgi ve enformasyona dayalı yeni meslekler ortaya çıkmıştır ve hizmet sektöründe yükseliş meydana gelmiştir. Böylelikle kapitalizmin ihtiyaç duyduğu emek gücü de değişime uğrayarak maddi olmayan emek haline evrilmiştir.

Gorz postfordist üretim tarzının sanayi kapitalizmi anlamında çalışmaya son verdiğini savunur. Postfordist üretim çalışmayı standartsızlaştırılmış, kitlesizleştirmiş, bürokrasisizleştirmiş diğer taraftan sosyal koruma, devletsiz hale gelmiştir. Kapitalizm post fordizmle birlikte temel üretici güçleri, emeği ve sabit sermayeyi büyük ölçüde gayri maddileştirmiştir. Postfordist üretimin ardından sabit sermayenin en önemli biçimi, enformasyon teknolojileri sayesinde depolanan ve aynı teknoloji sayesinde eşanlı olarak kullanıma hazır hale getirilen bilgi, en önemli iş gücü ise zihindir (Gorz, 2014: 14-16). Gorz'a göre maddesiz emek, emeğin hegemonik biçimi halini almıştır. Maddi emek üretim sürecinde gerilere itilmiş ya da kesin olarak dışsallaştırılmıştır. Değer yaratmanın merkezi maddesiz emektir (Gorz, 2011: 15).

Maddi olmayan emek Hardt ve Negri tarafından iletişim ve enformasyon teknolojileri etrafında örgütlenen, insan ilişkilerini ve duygusal emeği de kapsayan maddi olmayan ürünler üreten emek olarak tanımlanır. Dünya çapında işçi sınıfı sayısal olarak azalmasa da yeni küresel ekonomide hegemonik rolünü kaybetmiştir. Üretimin artık, sadece ekonomik olarak maddi malların üretimi şeklinde değil, internet ve toplumsal ağların getirisiyle iletişimin, ilişkilerin ve yaşam biçimlerinin birleşimi olarak kavranabilecek daha geniş bir anlamı ifade eden yeni bir toplumsal üretim biçimi olarak algılanması gerekmektedir (Hardt ve Negri, 2004: 13).

Hardt ve Negri'ye göre 20. Yüzyılın son on yıllarında hegemonyasını yitiren endüstriyel emek yerine, bilgi enformasyon, iletişim, ilişkiler ya da duygusal ifade gibi ürünler üreten maddi olmayan emek geçmiştir. Hardt ve Negri maddi olmayan emeği iki ana biçim altında kategorize eder. Birinci biçim, semboller, kodlar, metinler, dilsel figürler, imajlar gibi ürünler üreten, entelektüel ya da dilsel olarak adlandırılabilecek olan problem çözme, sembolik ve analitik görevler ve dilsel ifadeler gibi emek türlerini ifade eder. İkincisi ise, rahatlık, esenlik, tatmin, heyecan ya da tutku gibi hisleri üreten ya da işleyen duygulanımsal emektir. Gazeteciliği maddi olmayan emek içeren bir iş olarak tanımlayan Hardt ve Negri, bu tip işlerin maddi olmayan emeğin iki biçimini birleştirdiğini savunur. İletişimin üretilmesi, dilsel ve entelektüel bir işlemdir ancak iletişim kuran taraflar arasında duygulanımsal ilişki de bulunmaktadır. Gazeteciler ve genel olarak medya sadece enformasyon aktarmakla kalmaz aynı zamanda haberi çekici, heyecanlandırıcı ve ilgi çekici kılarak sembol, dil ve enformasyon üretimiyle duygulanım ürününü birleştirir (Hardt ve Negri, 2004: 122-123).

Christian Fuchs ise maddi olmayan emek tartışmalarına, *"Dijital Emek"* kavramıyla yorum getirmektedir. Sosyal medya kullanıcıları, platformlarda geçirdikleri zaman, ürettikleri içerik ve yarattıkları iletişim ağlarıyla bir değer üretmektedir. Sosyal medya platformları, elde ettikleri kar karşılığında kullanıcıya ödeme yapmamakta ve böylelikle kullanıcıların sonsuz derecede sömürülmesini sağlamaktadır. Geçirilen zaman ve üretilen veri karşılığında kullanıcının aldığı, iletişim ortamının ücretsiz kullanımıdır. Fuchs görüşlerini Dallas Smythe'in, *"İzleyici Metası"* kavramı üzerinden temellendirmektedir. Smythe'e göre tekelci kapitalizm, izleyicinin uyuma zamanı haricinde, iş dışı zamanını da çalışma zamanına dönüştürür. Bu zaman dilimindeki en büyük parça reklamcılara satılan izleyici zamanıdır. Kendilerine ait zamanı reklamcılara satılan işçiler, tüketici ürünlerini üretenler için pazarlama fonksiyonlarını yerine getirirken diğer yandan emek gücünün üretimi ve yeniden üretimine çalışırlar. (aktaran Fuchs, 2015: 132) Fuchs, sosyal medya kullanıcılarının, hem teknolojik hizmetlerin tüketicisi hem de veri, meta, değer ve karın üreticisi olarak eş zamanlı bir karaktere sahip olduğunu savunur. Facebook ve Twitter gibi platformlar, iletişim araçlarına erişim ve içeriği bir meta olarak satmaz ancak bunun yerine kullanıcının verilerini metalaştırır. Eğer kullanıcılar ve platform arasındaki ilişki modern ücret ilişkisi şeklinde organize edilmiş olsaydı, kişisel verilerine ulaşım ve verilerin metalaştırılması karşılığında

kullanıcılar para alırlardı. (Fuchs, 2015: 136-137). Facebook gibi sosyal medya platformlarındaki kullanıcı faaliyetleri izleyici metası üretmektedir ancak burada üretilen izleyici metasının geleneksel kitle iletişim araçlarında üretilenden farkı, bu platformlarda izleyicinin aynı zamanda içerik üreticisi konumunda olması, kullanıcıların sürekli yaratıcı faaliyette, karşılıklı iletişimde ve topluluk inşasında bulunmasıdır. (Fuchs, 2015: 152)

Üretim biçimlerinde ve teknolojide yaşanan değişim temel olarak emek ve sermaye arasındaki dengelerin değişmesine neden olmaktadır. Emek sermaye arasında gerçekleşen bu değişimler çalışmanın niteliğinden, kurumsal boyutlarına, toplumsal yapıdan, tüketim alışkanlıklarına ve insanların yaşam biçimlerine kadar geniş bir yelpazede insan yaşamını etkilemektedir.

3.3.4. İmgenin Dönüşümü

Teknolojik gelişmeler insan hayatını farklı boyutlarıyla etkilemektedir. Fotoğraf ve sinemanın icadı ve ardından gelen süreçte görsel basında yaşanan gelişmeler imge üretim sistemlerini dönüşüme uğratmıştır. Bu dönüşümle beraber, görsel sanatlardan reklamcılığa kadar bir çok alan, hem üretim hem de üslup açısından yeni arayışlara girerken, üretilen görselliğin karşısındaki insanoğlunun da, yaşamıyla, dünyanın temsilleriyle ve gerçeklikle kurduğu ilişki değişime uğramıştır. Günümüz kültüründe görsellik ve imgeler tarihin hiç bir döneminde olmadığı kadar insan hayatını sarıp sarmalamaktadır.

Barnard'a göre, görsel kültür, içinde görsel olan, görülebilen her şeydir ancak doğa kültürel alanın dışında olduğu için görsel kültür tanımının dışında tutulmalıdır. Görsel kültürde görsel alanın insanlar tarafından üretilmiş ya da görülebilen şeyler olması gerekmektedir. Yanı sıra grafik tasarımı ve ürün tasarımı gibi iletişimsel ve işlevsel amaç içeren şeyler de görseldir. Görsel kültürdeki görsel olan, görülebilen ve işlevsel ya da iletişimsel değeri olan şeylerdir. Ancak bu kriterlerin dışında işlevsel ya da iletişimsel amaçları olmayan, görülebilir olan ve aynı zamanda estetik bir amacı olan şeyler yani sanat eserleri de görsel kültürün görsel olan kısmı içinde değerlendirilmelidir. Bu nitelikler göz önüne alındığında görsel kültürdeki görsel olanın tanımı, insanlar tarafından üretilmiş, yorumlanmış ya da meydana getirilmiş, işlevsel, iletişimsel ya da estetik amacı olan her şeydir (Barnard, 2002: 26-34).

Günümüz görsel kültürünü oluşturan imgeler kitle iletişim araçlarından, mimariye, bilgisayar oyunlarından, alışveriş merkezlerine kadar insan hayatını etki altına almaktadır. Görselliğin gündelik hayattaki bu baskınlığının temelinde teknolojik olarak üretim ve dağıtımının kolaylaşmasının yanı sıra kapitalizmin bu evresinde hegemonik ve manipülatif rol oynamasının ve kullanışlılığının payı büyüktür.

Bir imge yeniden yaratılmış ya da üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan, bir kaç dakika ya da bir kaç yüzyıl için, kopmuş ve saklanmış bir görünüm ya da görünümler dizinidir. (Berger, 1995, 9) Leppert de (2009) imgeleri, gösterilen şeylerin birer temsili ve yeniden sunumu olarak tanımlar. İmgelerin temsil ettiği şeyler gerçek dünyada var olmayıp sadece muhayyile, kuruntu, arzu, rüya ya da fantezi dünyasında var olabilir ancak imge dünyaya şu ya da bu şekilde dahil olan bir nesnedir. İmgeler kültür ve tarihin ayrılmaz bir parçası olan insan bilincinin birer ürünüdür. Fotoğraf, resim ya da video ile üretilmiş olan imgeler sosyokültürel ortam içerisinde belli bir işlev görmesi için inşa edilen şeylerdir (Leppert, 2009: 16).

Burnett, (2012) imgelerin gerçekliğin ürünleri, temsilleri ya da kopyalarından ibaret ve kültürel etkinliğin yan ürünleri olmadığını savunur. İmgelerin inşası, kullanımı ve dağıtımı bütün kültürlerde temel önem taşımaktadır. İmgeler insan doğasına ve insanların yarattığı kültürel ve sosyal biçimlenimlere dair tutarlı ve tarihsel olarak şekillenmiş bütün tanımların tam merkezinde yer alırlar. İnsanların kendilerini görselleştirme ve bunun sonuçlarını nakletme yolları olan imgeler, dil ve seslerle birlikte insan düşüncesinin ve insan bedeninin ayrılmaz parçaları oldukları gibi düşünme, hissetme sürecinin de üretken odaklarıdır (Burnet, 2012: 38).

Arnheim imgenin resim, simge ya da gösterge olarak üç ayrı işlev yerine getirdiğini belirtir. Bir imge içeriğin ayırt edici özelliklerini belirtmeksizin onun yerine geçiyorsa gösterge olarak hareket eder. Göstergeler keyfi değildir, ayırt edici özellikleri, işlevlerini yerine getirmelerini sağlayacak şekilde seçilmeleridir. İmgeler, gösterge olduklarında sadece dolaylı araçlar olarak hizmet edebilir ve yerine geçtikleri şeylere gönderme yaparlar. İmgeler soyutluk düzeyi bakımından kendilerinden daha aşağıda bulunan bir şeyi betimliyorsa resimdirler. Betimledikleri nesnelerin bir takım şekil, renk hareket gibi niteliklerini sunarak görevlerini yerine getiriler. İmge, simgenin kendinden daha yüksek soyutluk düzeyindeki şeyleri betimliyorsa bir simge olarak davranır.

Simgesel işlevler son derece soyut imgeler sayesinde de yerine getirilebilir. (Arnheim, 2007, 158-161).

Günümüz görsel kültürünün ve imge üretim sistemlerinin teknolojik altyapısını fotoğraf ve sinemanın icadı oluşturmaktadır. Walter Benjamin (1995), *"Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı"* adlı makalesinde fotoğraf ve sinemanın bu alanda oynadığı rolü farklı boyutlarıyla ele almaktadır. Benjamin'de auranın yok oluşu modernliğin tanımlanmasındaki kilit noktalardan biridir. Baktığımız bir nesnenin aurasını duyumsamak, onu bakışlarımıza yanıt verme yetisiyle donatmak anlamına gelir. Benjamin'e göre fotoğraf auranın çökmesi noktasında önemli rol oynamıştır. Sanat yapıtının aurasını özel atmosferi belirler. Özel atmosferi sanat yapıtının şimdi ve buradalığı, taşıdığı deneyimi, hakikiliği, biricikliği ve kült değeri oluşturur. Aura deneyimi, insan toplumunda alışılagelmiş bir tepki biçiminin, cansızlarla ya da doğayla insan arasındaki ilişkiye uygulanmasıdır. Kendisine bakılan ya da bakıldığına inanan, bakışlarını kaldırıp yanıt verir. Baktığımız bir nesnenin aura'sını duyumsamak, onu bakışlarımıza yanıt verme yetisiyle donatmak anlamına gelir.

Benjamin'e göre yeniden teknik olanaklarla çoğaltılabilen sanat eserinin şimdi ve buradalığı eksiktir. Sanat yapıtının bu şekilde çoğaltılabilmesi kitlenin onunla kurduğu ilişkiyi etkilediği gibi sanat yapıtının aldığı hal, toplumun durumuna ilişkin işaret verebilir. Yapıtın şimdi ve buradalığı, o yapıtın hakikiliğini oluşturur. Bir nesnenin hakikiliği, maddi varlığından tarihsel tanıklığına değin, başlangıçtan bu yana o nesnede gelenekleşmiş olanların bütününden oluşur, buna uğradığı değişimler ve üzerindeki çeşitli mülkiyet ilişkileri gibi unsurlar da dahildir (Benjamin, 48). Sanat yapıtlarının alımlanması kült değer ve sergileme şeklinde gerçekleşir. Ancak Benjamin'e göre modern çağda sanat yapıtı kült değerinden koparılmıştır. Hakiki sanat yapıtı biriciklik değerini kutsal törende bulur. Ancak günümüzde sergileme değeri kült değerin önüne geçmiştir. (Benjamin, 1995: 53)

Tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilebilmesi sadece geleneksel sanat yapıtını köklü değişimlere uğratmamış, sinema ve fotoğraf gibi yeni sanat yöntemlerinin gelişmesini de sağlamıştır. Ancak bu iki yöntem de kapitalizmin kullanımına oldukça açıktır. Özellikle fotoğraf, auranın kırılmasında önemli rol oynamışken, sinema da

özellikle star kültü açısından yeni mit ve metalar yaratmaktadır. Geleneksel toplumda insanların sığınacakları kaçışı şimdi din yerine sanat sağlar. Kitleler kendilerini oyalayacak şeyler ararlar oysa sanat tefekkür ister. Sanat yapıtı karşısında yoğunlaşan insan eserin içine iner. Oyalanan kitle ise sanat yapıtını kendi içine indirir; yani tüketir. Kitleler nezdinde sanatın yeri, tüketim nesneleri arasındadır. Modern toplumu oluşturan kitleler faşizm tarafından mülkiyet ilişkilerine dokunulmadan örgütlenir. Faşizm politik yaşamın estetize edilmesini amaçlar. Faşizm, lider kültünü ve faşizmin kült değerinin yaratılmasını politikanın estetize edilmesiyle sağlar. Bunu sanatı politik alana sokarak yapar. Bu dönüşüm kapsamında sanat yeniden anlamlandırılmakta, tasarımın boyunduruğuna sunulmaktadır. Böylece insanlık modern yaşam koşullarında, kendi kendisi için sergi malzemesi haline gelmektedir.

Fotoğrafın icadının ardından gerçekçilik, sanatın sırtında bir yük olmaktan çıkmış ve gerçekçilik sanat ilişkisini fotoğraf yüklenmiştir. Avant-garde sanatların ortaya çıkmasında en önemli unsurlardan bir tanesi fotoğrafın icadıdır. Avant-garde sanatlar XX. yüzyılın başlarında ortaya çıkmış bulunan ve kendisinden önceki sanat akımlarını dışlayarak yeni bir dilin oluşmasını amaçlayan sanat akımlarının genel adıdır. XIX. yüzyılda yaşanan toplumsal ve teknolojik dönüşümler, zamanın akışından, iletişim biçimlerine kadar her şey değişmiştir. Bütün bu gelişmelerin toplumsal alanda yarattığı değişimlerin sanatı etkilememesi mümkün değildir. Bunlara ek olarak Pozitivizm düşüncesi, fotoğrafla birlikte sanat yapıtının yeniden üretilebilen bir nesne haline gelmiş olması, XX. Yüzyıl başlarında ortaya çıkan avant-garde sanat akımlarının düşünsel ve toplumsal alt yapısını oluşturur. Avant-garde sanatlar temel olarak: teknoloji, primitif kültürler, psikanalizm, Marksizm, yabancılaşma, meta fetişizmi ve hız gibi tema ve olgulardan beslenir. Avant-garde sanat tecrübesi günümüz görsel kültürünün düşünsel temellerini atmıştır. Sanatın akademi ve müzeler gibi seçkin ve korunaklı alanlarına tepki göstermiş, gündelik hayat nesnelerinin de sanatsal açıdan kullanılabilirliğine ilişkin düşünce, postmodern sanat anlayışlarını etkilemiştir.

Berger'e göre teknolojik yenilikler görüneni var olandan ayırmayı kolaylaştırarak, görünenin gerçekliğine ilişkin zorunluluğu ortadan kaldırmıştır. Sistemin yarattığı efsanede sadece henüz gerçek olmayana, sanal olana ve bir sonraki alışverişe yer vardır. Sistemin seyirliğinde gerçekliğe ilişkin bağların zayıflaması, izleyicide özgürlük yerine derin bir tecrit edilmişlik duygusu yaratmıştır. Böylelikle hiç

bir deneyimin iletilmediği, kimsenin oynamadığı ancak herkesin seyrettiği bir oyuna dönüşen dünyada, insanlar kendi var oluşlarına ve acılarına eskiden hiç olmadığı kadar tek başlarına, zamanın ve evrenin uçsuz bucaksız arenasında yer bulmaya çalışmaktadır (Berger, 1999: 26-28).

Leppert günümüzde kendimiz ve yakın çevremiz hakkındaki bilinçli ve bilinçdışı anlayışlarımızın önemli bir bölümünün çerçevesini yazılı ve görsel medyadaki reklam imgelerinin çizdiğini belirtmektedir. İmgeler bize ne tür bedenlere sahip olmamız ve ne tür bedenleri arzulamamız ya da inşa etmemiz gerektiğini bildirmekte, ne tür giysiler giyeceğimizi, hangi arabaya bineceğimizi, hangi partiye oy vereceğimizi söylemekte ve benlik duygumuzu, inanç sistemlerimizi, bireyselliğimizi ve toplumsal varlıklar olarak statümüzü etkilemektedir. (Leppert, 2009: 15)

Featherstone çağdaş batı toplumlarında tüketim kültürünün yorumlanmasında imgelere ve simgesel tüketime önemli rol atfeder. Metaların tüketiminde ve kitlelerin ihtiyaçlarının manipülasyonunda, özellikle reklamlarda sunulan romantik sevda, egzotizm, arzu, güzellik, doyum, paylaşım, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imgelerinin payı büyüktür. Göstergelerin aktif manipülasyonu, gösterge ve metanın üretmek üzere bir araya geldiği geç kapitalist toplumda, merkezi bir yer işgal eder. Medya ve reklamda yaratılan manipülasyon, göstergelerin aşırı üretimi, imajlarla simülasyonların yeniden üretimi ve toplumsal normların istikrarsız hale gelmesi ile birlikte kitleleri büyüleyerek gerçekliğin estetikleştirilmesine yol açar (Featherstone, 2013, 41-42).

Featherstone, modern yaşam içerisinde kitleler haline getirilmiş insanların yaşam tarzlarının, kimliklerinin, aidiyet ve estetik duygularının tüketim nesnesi haline gelmesinde, gündelik hayatın estetikleştirilmesinin önemli olduğunu belirtir. Gündelik hayatın estetikleştirilmesi yönündeki eğilimler, yüksek kültür ile kitle kültürü arasındaki sınırları geçirgenleştirmektedir. Bu eğilim sonucunda sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırların kimi çökmüş ve sanatın koruma altındaki statüsü aşınmıştır. Sanatın, endüstri tasarımı, reklam, simgesel üretim ve imaj üretimi sektörlerine aktarılması söz konusu olmuştur. Diğer taraftan 1960'lı yıllarda pop sanat ve postmodernizmin sanat eseri olarak gündelik nesnelere odaklanmasıyla birlikte, XIX. yüzyıl başında yaşanan avantgarde tecrübesi üzerinden, herhangi bir gündelik nesnenin estetikleştirilebileceğine ilişkin yaklaşımlar söz konusudur. (Featherstone, 2013: 58).

Featherstone gündelik hayatın estetikleştirilmesini üç anlamda ele almaktadır. Birinci anlamda avant-garde sanatlardan başlayıp postmodern sanata uzanan süreçte, sanat eserine doğrudan meydan okuma, sanatın halesini bozma ve başka bir biçime sokma, müze ve akademideki saygıdeğer konuma meydan okuma söz konusudur. Sanatın herhangi bir yerde ve herhangi bir şey olabileceği düşüncesi, tüketim kültürünün nesnelerinin sanat boyutunda ele alınması ayrıca her ne kadar son bulmuş olsa da dadacılık, gerçeküstücülük gibi akımların stratejilerinin ve sanatsal tekniklerinin bir çoğunun reklamcılık ve popüler medya tarafından devralınması söz konusudur. (Featherstone, 2013. 123-124) Gündelik hayatın estetikleştirilmesinin ikinci anlamı, hayatın sanat eserine dönüştürülmesine gönderme yapar. Estetik tüketim hayatı ile sanatsal ve entelektüel karşı kültürlerin hayatı estetik olarak haz verici bir bütün olarak yaşama ihtiyacındaki çifte vurgu, genelde kitlesel tüketimin gelişimi ve yeni üsluplar, duyumlar arayışı ve tüketim kültürü açısından merkezileşen ayırt edici hayat tarzlarının inşasıyla ilişkilendirilmektedir. Gündelik hayatın estetikleştirilmesinin üçüncü anlamı ise çağdaş toplumdaki gündelik hayatın dokusunu dolduran gösterge ve imajların hızlı akışı ile ilgilidir. Bu aşamada, reklam medyası ve teşhirler, gündelik hayatın dokusunda yer alan faaliyetler ve gösteriler yoluyla, imajın ticari manipülasyonu merkezi bir yer alır ve arzular imajlar yoluyla sürekli ve yeniden gözden geçirilir. Bu noktada, arzulara seslenen ve gerçekliği estetikleştiren ve insanları gerçeklikten uzaklaştıran hayali imajlar söz konusudur. (Featherstone, 2013: 124-126). Görsel kültürü oluşturan imge ve imajlar, hem sanatsal üretimin değişen bağlamıyla hem hayat tarzlarına ilişkin yönlendirmeleriyle hem de manipüle edilerek arzuları yönlendirme ve gerçeklikten uzaklaştırma gücüyle, gündelik hayatı estetikleştirerek, postmodern tüketim kültüründe merkezi bir rol oynamaktadırlar.

Çakır'a göre görüntüye dair teknolojiler hayatlarımızı önemli oranda etkilemekte ve gösteri ve imgelerin yarattığı büyü egemene hizmet etmektedir. Karşı karşıya olduğumuz aşırı enformasyon ve bilgi akışındaki yoğunluk, her şeyi ciddiye almayı olanaksız hale getirerek kitlelerde duyarsızlık, ilgisizlik, duygusuzluk ve tepkisizlik gibi savunma mekanizmalarının gelişmesine neden olmuştur. (Çakır, 2014, 195).

Baurillard'a göre bizi gerçeklik ve imaj arasındaki ayrımın ortadan kaldırıldığı ve gündelik hayatın estetikleştirildiği, bu nitel açıdan yeni topluma, simülasyon

dünyasına ya da postmodern kültüre taşıyan şey, imaj üretiminin ulaştığı bu yoğunluk, bu birikim, bu sınır tanımazlıktır. (Featherstone, 2013: 126) Baudrillard, gerçekliğin zihinsel anlamda ortadan kaybolmaya başladığını savunurken bütünsel, sanal bir gerçekliğin giderek güçlendiğini belirtmektedir. Bütünsel gerçeklik, dünyadaki her şeyin gerçek, görünür, saydam ve özgürleştirilmiş olduğu, bir sonuca ulaştırıldığı ve anlamlı olması gerektiği bir dünyanın gerçekliğidir. Ancak gerçeklikten ibaret olan bu dünya, aynı zamanda, ilke ve kavram olarak gerçeklik aşamasından, gerçeğin teknoloji yoluyla üretilmeye çalışıldığı yeni bir aşamaya geçilmiş olan dünyadır. Aşırı miktarda gerçeklik kendisine inanılmasını engellemektedir. (Baudrillard. 2005, 13-15). Baudrillard'a göre günümüzde imge artık görsel düzeyde iş gören bir şey olma özelliğini yitirmekte ve bütünsel gerçekliğe benzeyen, salt görülmek amacıyla üretilmiş bir araç, ne pahasına olursa olsun görselleşmeye çalışan bir gerçeklik gibi algılanmak istenen bir şeye dönüşmektedir. Günümüzde imgeler aracılığıyla sunulan sefalet ve şiddet, reklamlarınkini andıran bir tekrara dönüşmektedir. Sözde nesnel bir gerçeklik sunan bu imgeler bir yandan gerçeği derinlemesine yadsırken, bir yandan da yansıması olmak istemedikleri bir gerçekliği yeniden canlandırmaya ve bu gerçeğe tecavüz etmeye zorlanmaktadırlar. Bu açıdan fotoğrafların pek çoğu imge kimliğini yitirmiştir. Bunların hepsi ideolojik düzeneklere boyun eğen röportaj, gerçekçi klişeler ya da estetik denemelerdir. Bu gerçekçi imgeler, ölüm ve sefalet gibi, insani açıdan gösterilmemesi gerekeni göstererek ticari ve estetik açıdan sömürmektedirler. (Baudrillard, 2005: 87-88).

Baudrillard'a göre gerçekle kurulan anlamsal ilişkilerin değişmesiyle birlikte , gerçeklikle bağı kopan imge ve gösterge, sanal ve sayısal evrende yok olup gitmiştir. Video ve bilgisayar ekranından yansıyan görüntüde bir tür gömülme ve dokunsal karşılıklı etkileşim söz konusudur. Bu medyatik evrende sunulan akıl almaz sayıdaki imge yeniden canlandırma düzeyinde değil görsel tüketim boyutundadır. Bu imgeler eğitici ya da bilgilendirici olmaktan ziyade, haber verip haberdar etme işlevine sahiptir. Bu imgelerden yola çıkarak gerçekliğe ulaşmak olanaksızdır. Çünkü artık gerçekle, gerçeğin görüntüsü birbirine karışmaya başlamakta, olay ve gerçek zaman dilimi içinde yayınlanan görüntüler arasındaki yok denilecek kadar kısa zamansal mesafe, hem değerlendirme konusunda bir kararsızlığa yol açmakta ve hem de olaya tarihsel boyutunu elinden alan bir sanallık yükleyerek, belleğimizde yer etmesini

engellemektedir. Baudrillard'a göre imgelerden yola çıkarak dünyayı kavramak olanaksızdır. Savaş görüntülerinde dahi eleştirel bir algılamanın var olması mümkün değildir. Şiddetin sıradanlaştığı savaşa, bir de görüntülerin sıradanlaşmış şiddeti eklenmektedir. Teknik açıdan sanal bir şeye dönüşen savaşa, bir de imgelerin sayısal sanallığı eklenerek, iletişim araçları ve imgeler, savaş adlı bütünsel gerçekliğin bir parçası haline gelmektedir. (Baudrillard, 2005: 71-73).

BÖLÜM 4. YENİ MEDYA VE FOTO MUHABİRLİĞİ

4.1. Yeni Medyanın Temel Özellikleri

İletişim araçları tarihsel olarak, teknoloji, kapitalizmin durumu ve toplumsal yapı ile karşılıklı etkileşim halinde, evrimsel bir çizgide gelişimini sürdürmektedir. Üretim sisteminde yaşanan değişim, teknolojik altyapının da elvermesi ile birlikte küresel çapta etki göstermiştir. İnsan yaşamının en mahrem alanlarına dek ilerleyen iletişim teknolojisi doğal olarak insanlar arası iletişimin de farklılaşmasına yol açmıştır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, yayılma alanının genişliği ile olduğu kadar nüfuz ettiği bireydeki derinliğiyle de geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılık gösteren yeni medya, hem küresel hem de bireysel bazda değerlendirilmesi gereken geniş bir etki alanına sahiptir.

Binark'a göre, bugün *"yeni medya ortamlarını" "yeni"* sıfatı ile kullanmamızın nedeni, bu ortamların geleneksel medya metinlerindeki üretim ve tüketim sürecindeki kurumsallaşmayı, profesyonelleşmeyi, izler-kitlenin pasifliğini ve tüketiciliğini ortadan kaldıran bazı bileşenlere sahip olmasıdır. *"Yeni medya ortamları"*nı yeni kılan bu bileşenler, etkileşimsellikten, kullanıcı türevli içerik üretimine, hipermetinsellikten, orada bulunma hissine ve ağ tabanlı yayılıma değin uzanmaktadır (2015: 10). Diğer taraftan yeni medya, bilgisayar, bilgisayar ağları, bilgisayar dolayımlı iletişim, internet, web 2.0, çevrimiçi habercilik, çevrimiçi sohbet, laflama odaları, wiki, e-ticaret, e-imza, dijital medya, dijital oyun, dijital kültür, dijital imgeleme, avatar, siber uzam, sanal uzam ve sanal gerçek gibi birçok kavram ile bu kavramların tanımladığı, açıkladığı toplumsal, kültürel ve ekonomik olguları kapsamaktadır. (Binark ve Löker, 2011: 9).

Dijital teknoloji sayesinde ses, veri, metin ve görüntü tek bir altyapı üzerinden aktarılabilmekte, depolanabilmekte ve kullanılabilmektedir. İnternet üzerindeki bütün veriler sayısallaştırılarak işlenmekte ve bu teknoloji yeni medyanın sahip olduğu özelliklerin tamamının hayata geçmesine olanak sağlamaktadır. Timisi (2003: 81)yeni iletişim teknolojilerinin ortak özelliklerini, enformasyonun toplanmasında, saklanmasında, işlenmesinde ve aktarımında sayısal teknik kullanan sistemlerden yararlanması olarak ortaya koyar. Enformasyon teknolojileri olarak da adlandırılan yeni iletişim teknolojileri bilgisayar, telekomünikasyon ve mikro elektronik olmak üzere üç

önemli alanda meydana gelen gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Timisi'ye göre, yeni enformasyon teknolojileri hız, erişim, saklama kapasitesi ve yeni hizmet alanlarının doğmasına olanak tanıması açısından geleneksel iletişim araçlarından ayırt edebilmekte ve ekonomik, siyasal ve toplumsal alanlarda önemli değişikliklere yol açabilmektedir. (Timisi, 2003: 83).

Rogers yeni medyayı *"etkileşim"*, *"kitlesizleştirme"* (demassification) ve *"eşzamansız olabilme"* (asenkron) özellikleriyle tanımlamaktadır. Yeni medyada, iletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir. Yeni medya büyük bir kullanıcı grubu içinde, her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri, birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptir ve bu nedenle de eşzamanlı olma gerekliliğini ortadan kaldırır. (aktaran, Geray 2003: 19). Yeni medyanın etkileşimlilik özelliği izleyicinin medya karşısında aldığı konumla ilgilidir. Etkileşimlilik sayesinde, geleneksel medya karşısında görece edilgin bir alıcı olan kullanıcılar, etkin bir kullanıcıya hatta içerik üreticisine dönüşebilmektedir. Bu özellik sayesinde kullanıcılar, farklı seçenekler arasında tercihlerini kullanma, içeriğe müdahale etme ve farklı ortamlarda paylaşımda bulunma imkanına sahip olacaklardır. Etkileşim, yeni medya ortamının geleneksel iletişim araçlarından temel olarak ayrıldığı ve özgün kimliğini ortaya koyduğu özelliklerinden birisidir. Televizyon ve radyo karşısında birer alıcı düzeyinde yer alan birey internetle birlikte içeriği etkileme içeriğin üretimine katkı sağlama hatta bizatihi içerik üretme şansına sahip olmuştur. Geray (2003: 20) yeni medyanın, kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlanabileceğini vurgulamaktadır.

Multimedya biçemselliği, telekomünikasyon, veri iletimi, kitle iletişimi gibi iletişimin farklı boyutları ile imge, ses, metin ve sayısal veri gibi farklı veri türlerinin bir arada bulunmasıdır (Binark, 2007: 21) Multimedya özelliği sayesinde ses, görüntü, animasyon, metin gibi farklı içerikler bir arada aktarılabilmektedir. Sayısal teknolojilerin veri aktarımı konusunda gelişmesi ile birlikte olanaklı hale gelen multimedya sistemi, içerik aktarımında ciddi üslup arayışlarının gerçekleşmesine olanak sağlamıştır. Sayısallaşan veri kolay aktarılmakta ve depolanmaktadır, böylelikle kolaylıkla taşınabilir hale gelmektedir.

Dijital kodlama sistemine temellendikleri için, sayısal teknolojiler çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesine olanak tanırlar ve bu avantajları, enformasyon aktarımında düzçizgisel iletimden, hipermetinselliğe geçilmesini mümkün kılmıştır. (Binark, 2007: 21). Yeni medya ortamının sağlamış olduğu bu özellik, internetteki metinleri doğrusal olarak okuma zorunluluğunu ortadan kaldırarak kullanıcıya farklı metinler arasında geçiş yapabilme olanağı sağlamaktadır. Böylelikle okur, farklı metin ve kaynaklara ulaşabilmektedir.

Geray'a göre, 1980'sonrası dönemde uluslararası ekonomide ortaya çıkan değişiklikler, yeni iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanımını gerektirmektedir. Dijital iletişim, bireyleri/haneleri hizmetler ve bilgi ve iletişim sektörünün müşterisi konumuna getirmektedir. 1980'den bu yana, kamu hizmetine ilişkin anlayış değişerek rekabete dayalı özel hizmet anlayışı uygulanmaya başlanmıştır. Yayıncılık alanında bu politikaların hedefi, bir yandan bu alanda sermayenin yeniden üretimini sağlamak diğer yandan da reklam mecralarını arttırarak tüketimin kontrolünü daha da etkinleştirmek olmuştur. Bu dönemde *"Refah Devleti"* anlayışından vazgeçilmiş, uluslararası ekonomide yaşanan değişime bağlı olarak devlet ve yayıncılık arasındaki ilişki, yeni liberal devlet anlayışı çerçevesinde değişime uğramıştır. (Geray, 2003: 95-97)

Bu gelişmelerin ardından, özellikle dijital teknolojilerde meydana gelen gelişmeler iletişim altyapısını etkilemiştir. Dijital teknoloji ile birlikte iletişimin yayıncılık, bilgisayar teknolojileri ve telekomünikasyon gibi farklı boyutlarının bir araya gelerek yeni ortamlar sunması ile birlikte *"yöndeşme"* olgusu ortaya çıkmıştır. Yöndeşme, telekomünikasyon, veri iletimi ve kitle iletişiminin, internet, 2. veya 3. kuşak cep telefonları ve etkileşimli yayıncılık (DAB-Digital Audio Broadcasting) dolayımıyla tek bir iletişim altyapısında buluşmasıdır (van Dijk'ten aktaran Binark, 2007: 22) 1980'li yıllara kadar üç ayrı alan olarak varlığını sürdüren yayıncılık, telekom ve bilgi-işlem sektörlerinin *"yöndeşmesi"* (convergence) elektronik, telekomünikasyon ve iletişim endüstrilerinin önünde mal, hizmet ve ürünler için yeni pazarlar yaratmıştır. Teknolojik yöndeşme, bütünleşmiş bir ekonomik sistemde, küresel ticari kuruluşlar bünyesinde gerçekleştirilmekte, buna bağlı olarak yeni ekonomi ile reel ekonomi ortak çıkarlar temelinde birleşmekte ve yeni bir tüketim ortamının kurulması

için bilgisayar, telekomünikasyon, medya ve reklamcılık şirketleri *"gerçek aktörler"* olarak ortaya çıkmaktadır. (Avcı, 2015: 47)

Yöndeşme olgusu ile birlikte medyanın yapısı ve medya ürünleri önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Görüntü, ses ve metnin aktarımında meydana gelen değişimin yanı sıra enformasyon aktarımını ve dolaşımını hızlandırmıştır. İletişim ortamındaki bu değişim, gazetecilikten eğlence sektörüne ve ticarete kadar geniş alanlarda insan yaşamında farklı yansımalara yol açmıştır. Yöndeşmeyle birlikte sektörel anlamda sınırlar belirsiz hale gelirken, görüntü, ses ve metin gibi bir çok farklı unsur anlatıyı zenginleştirmek adına bir arada kullanılabilir hale gelmiştir. Böylelikle gerek enformasyon, gerek eğlence amacıyla üretilen içeriğin farklı formatlarda sunulması olanaklı hale gelmiştir. Bu noktada yöndeşmenin, sektörel ve teknolojik olmak üzere iki farklı boyutuna dikkat çeken Yıldırım'a göre bu durum, gazetecilik pratiklerinde ve okur eylemlerinde değişim yaratmaktadır. Geleneksel anlamda ayrı olan endüstrilerin ekonomik nedenlerle yeni medyaya bağlı olarak bir araya gelmesi şeklinde tanımlanan sektörel yöndeşme, farklı medya sektörlerinin farklı iletişimsel etkinlikleri gerçekleştirdikleri bir örgütlenmeden, tek ve tümleşik bir pazar yapılanmasına geçişi ifade etmektedir. Bu süreçte telekomünikasyon, enformasyon, yayıncılık ve basılı yayıncılık şirketleri yöndeşme, küreselleşme ve yoğunlaşma üçgeni içinde, medya endüstrisinin yapısal dönüşüm sürecinin başlıca aktörleri olmuşlardır. Sektörel yöndeşme yeni pazar yapılanmalarına neden olmakta ve medya endüstrisindeki oyunculara yeni roller biçmektedir. Teknolojik yöndeşme ise ses, görüntü, metin ve grafik gibi farklı veri türleri, telekomünikasyon ve kitle iletişimin bütünleştirildiği web sitelerinde görülebilmekte ve bu da yeni medyanın teknolojik temelini oluşturmaktadır. Teknolojik yöndeşme gazetecilik açısından, internet gibi sayısal iletişim ortamları üzerinde sunulacak yeni hizmet ve ürünlerin yolunu açmaktadır. Bu süreç aynı zamanda medya içeriklerinin yöndeşmesine neden olduğu gibi okuyucu/izleyici/dinleyicilerin de tümleşmesi sonucunu doğurmaktadır. (Yıldırım 2010, 230-233).

Taş'a göre teknolojik yöndeşmenin temelinde, dijital teknolojinin getirileri ile birlikte ortaya çıkan ve iletişim içeriğinin üretim, dağıtım ve depolanması aşamalarında kullanılan yeni yöntemler yatmaktadır. Yöndeşme teknolojik düzeyde, iletişim endüstrisindeki temel iletim modelleri arasındaki farklılıkların ortadan kaldırılmasını sağlayarak, telekomünikasyon ve yayıncılık şebekelerinin her türden içeriği iletebilir

hale gelmesine yol açmıştır (Taş, 2006: 37). Yirmi birinci yüzyılın ilk on yılı boyunca, medyada yöndeşme çağında yaşadığımıza ilişkin artan oranda bir algı bulunduğunu belirten Hay ve Couldry, yöndeşmenin en az dört ifadesi olduğunu belirtir ve bunları şöyle sıralar: Medya şirketleri ve endüstrileri arasında yatay anlamda yeniden düzenlemeye ait bir sinerjinin tanımı, haber ve enformasyon için yeni platformların çoğaltılması, televizyon yayını ve cep telefonu gibi ayrı medyaların kullanımına dair teknolojik melezleşme ve belgesel ve belgesel olmayan formların iç içe girmesini ve karışmasını içeren yeni medya estetiği. (Hay ve Couldry, 2011, 473)

Dijital teknoloji, bahsi geçen noktalar itibarı ile gazetecilik pratiklerinde olduğu kadar medya ürünlerinin okur/izleyici tarafından tüketim ve algılama biçimlerinde de değişim yaratmıştır. Bugün gelinen noktada geleneksel basın ya da basılı gazeteler giderek internet yayıncılığına teslim olmaktadır. Okurlar basılı gazete almak yerine internet üzerinden web sitelerinden ya da sosyal medyadan haber ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Diğer taraftan teknolojiye ulaşımın kolaylaşması, cep telefonlarıyla görüntü elde etme ve sosyal medya olanakları ile birlikte, okurlar da aktif olarak içerik üretim sürecinde rol almaktadır. Bu durum yeni medya ortamlarının sağladığı olanaklarla birlikte *"Yurttaş Gazetecilik"ve "Yurttaş Foto Muhabirliği"* gibi olguların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Gazetecilik alanında yaşanan bu değişimler doğal olarak foto muhabirliğini de etkisi altına almaktadır. Yıldırım dijital teknoloji ile birlikte ortaya çıkan değişimleri şu şekilde özetlemektedir: *Tek Yönlü İletişimden Tartışmaya:* Okuyucunun konumu değişerek, gazetecinin tek taraflı üstünlüğü görece olarak kırılmış, kullanıcılar haber üretim sürecinde giderek aktif hale gelmeye başlamıştır. *Amatörlüğün Yükselişi:* Okurlar, boyutları küçülen ve hatta çeşitli cep telefonlarıyla entegre edilen kamera, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı gibi iletişim teknolojileri sayesinde, haber içeriği üretebilmektedir. *Artık Herkes Dağıtımcı:* Okurlar, dijital medya ve sosyal medya platformları sayesinde ürettikleri içerikleri paylaşarak dağıtım sürecinin parçası haline gelmektedir. *RSS Teknolojisinin Kullanımı:* Really Simple Syndication (Gerçekten Basit Dağıtım) ya da Rich Site Summary (Zengin İçerikli Site Özeti) olan RSS sayesinde kullanıcı, linke tıklayarak haberin internet sayfasına ulaşabilmektedir. *Haritalandırma:* Aktarılan bir olayın, hem coğrafi konumuna yönelik bilgilerin hem de olaya ilişkin istatistiki verilerin çeşitli grafik ve şekiller üzerinde haritalandırılması yoluyla içeriğin çok daha zenginleştirilmesi ve anlaşılmasının da bir o

kadar kolay olması amaçlanmaktadır. *Dağıtımın Küreselleşmesi:* İnternet teknolojisi ile birlikte gazeteler için dağıtımda fiziksel anlamda bir sınır kalmamış, gazeteler dünyanın herhangi bir yerindeki internet bağlantısının olduğu her yere ulaşabilir hale gelmiştir. *Veritabanları:* Gazeteciler açısından haber ve bilgi toplamada oldukça önemli olan veritabanları, özellikle zaman kazanma yönünden önemli bir fırsattır. İnternetteki çeşitli veritabanları sayesinde, evde ya da iş yerinde çok daha kısa sürede bilgiye ulaşılabilmektedir. Ö*lçülebilirlik:* Editörler en çok tıklanan, en çok yorumlanan, en çok e-posta ya da diğer yöntemlerle dağıtılan haberleri tespit edebilir ve izleyici eğilimlerini tespit ederek üretimleri bu yönde yoğunlaştırabilirler. *Multimedya:* Sayısal teknoloji sayesinde ses, görüntü, metin ve diğer iletişim öğelerinin bir arada kullanılarak, içeriğin etkisi arttırmıştır. *Mobilite/Hareketlilik:* İnternet ve diğer sayısal teknolojilerle gazeteci, haber merkezine ya da herhangi bir fiziksel ortama bağlı kalmaksızın, habercilik faaliyetlerini yürütebilir. Bu durum, muhabirlerin haber merkezine olan bağımlılığını ortadan kaldırmakta ve gazetecinin haber sahasından ya da evden çalışmasına olanak tanımaktadır. Mesafe olmaksızın muhabirin elde ettiği bilgi ve içeriğin çok kısa bir süre zarfında haber merkezine ve hatta direk gazetenin internet içeriğine aktarabilmesi, haberciliğin hızlanmasını sağlamaktadır. *Güncellenebilirlik - "7/24" habercilik:* Sayısal teknolojilerin veriyi her an yeniden yapılandırabilme özelliği sayesinde internet ortamındaki gazete içeriği, olayların gelişimine bağlı olarak her an güncellenebilmektedir. *Etkileşim:* Eş zamanlı iletişim olanağı tanıyan etkileşim özelliği, okuyucu ve izleyici kitlesinin soyutlandığı haber üretme sürecinin kapalılığının kırılmasında da önemli bir rol oynamaktadır. *Hypertext (Metinlerarasılık/Yardımcı Metin):* Linkler aracılığıyla, kullanıcıyı metnin içinden başka açıklayıcı verilere götürmek amacıyla kullanılan yardımcı metinlerdir. *Arşivleme:* İnternet ortamının sahip olduğu geniş depolama kapasitesi, okurlara arşivlerde araştırma yapma ve bu yolla da önceki olayları güncel olaylarla bağlayabilme konusunda kolaylık sağlamaktadır. *Kişiselleştirme:* Okurların, kategoriler haline getirilmiş içerikler içinde, ilgi alanlarına yönelik seçimlerde bulunmaları beklenir. Ayrıca talebe yönelik içerik üretimi de, kişiselleştirme özelliğine örnek verilebilir. *Ulaşılabilirlik:* Yeni medya ortamlarında okur habere dilediği zaman ulaşabilmektedir. (Yıldırım, 2010: 235-236)

Yıldırım'ın özetlediği bu özellikler şüphesiz ki foto muhabirliğini de farklı boyutlarda etkilemektedir. Bu başlıklar altında foto muhabirliğinin üretim ve tüketim alanlarında yaşanan değişimleri şu şekilde ele alabiliriz: Yeni medya ortamının sağladığı olanaklar çerçevesinde *"Yurttaş Foto Muhabirliği"* olgusu yaygınlaşmıştır. Böylelikle okur, yakınında meydana gelen sıcak olaylarda görüntü alıp bunu medya organlarına göndererek ya da sosyal medyada paylaşarak içerik üretebilir hale gelmiştir. Profesyonel foto muhabirleri henüz olay yerine ulaşamadan, meslek profesyoneli olmayanların gönderdiği görüntüler internette yer almaya ve dünya çapında yaşanan ve haber değeri taşıyan birçok olayda bunların çektiği görüntüler önem kazanmaya başlamıştır. Ancak gazeteci kimliğine ve etik değerlerine sahip olmayan kişilerin ürettiği görüntüler, dezenformasyon ve manipülasyon gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. İnternet sayesinde dağıtım küreselleşmiş ve fotoğrafların görülebilirliği artmıştır. Yerel olaylarda çekilen fotoğraflar dahi dünya çapında etki uyandırabilmektedir. Tıklanma istatistiklerini arttırmak adına gazeteler, fotoğraf galerilerine yer vermeye başlamış ve bu durum daha fazla fotoğraf ihtiyacı doğurmuştur. Ayrıca okur ilgisine göre farklı anlatım biçimleri geliştirilmektedir. Multimedya özelliği ses, video ve fotoğrafın bir arada kullanılabilmesini sağlayarak melez anlatım şekillerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde foto muhabirleri, yanlarında taşıdıkları mobil modemler sayesinde çektikleri fotoğrafı saniyeler içerisinde editörlere aktarabilmekte ve olay anından fotoğraflar çok kısa bir sürede dünya çapında yayılabilmektedir. Dijital teknoloji sayesinde gerçekleşen haberin aktarım hızında yaşanan artış, haberin ve fotoğrafın kitlelere aktarımını hızlandırırken editörler üzerindeki baskıyı arttırmakta, diğer taraftan editöryal hatalara neden olabilmektedir. Ayrıca internetin güncellenebilir olma özelliği, alanda çalışan foto muhabirleri üzerinde de hız baskısı yaratmaktadır. Diğer taraftan özellikle sosyal medya ortamları, profesyonel foto muhabirlerinin okur tarafından geri bildirim alma olanaklarını arttırmıştır.

4.2. Foto Muhabirliği ve Dijital Dönüşüm

Foto muhabirliği, fotoğrafik bir dil olarak ortaya çıktığı zaman diliminden itibaren farklı tartışmalara tanık olmuştur. Bu tartışmalar foto muhabirliği tanımından, sahip olduğu etik değerlere, estetikten, yeni gelişen teknolojilerin ardından işlevini yitirip yitirmediğine kadar geniş bir yelpazede günümüze kadar süregelmiştir.

Fotoğrafın gerçeklikle olan ilişkisi ve gerçekliğin temsili olarak fotoğraf meselesi, başlı başına bir tartışma konusudur ve bu tartışma, foto muhabirliğine nesnellik ve etik sorunlar olarak yansımaktadır. Bir diğer tartışmalı alan ise fotoğraf teknoloji ilişkisidir. Bir görüntünün başka bir yüzeye aktarılma ve orada sabitlenme düşüncesi, yüzyıllar öncesinde dünyanın farklı coğrafyalarında ve farklı insanlar tarafından gerçekleştirilmeye çalışılmışsa da, fizik ve kimya bilimlerindeki temel gelişmeler sonucunda, ancak XIX. Yüzyıl Avrupası'nda hayata geçirilebilmiştir. Fotoğrafın başlı başına bir teknolojik ürün olduğunu söylememiz bu noktada yanlış olmayacaktır. Bu nedenle ortaya çıkışından itibaren alandaki her teknolojik gelişme, foto muhabirliğinde dil ve üslup değişikliği, kullanım alanlarının farklılaşması, mesleki örgütlenmelerde yeni arayışlar ve hatta etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Gazetecilik gibi foto muhabirliği de hukuk ya da tıp gibi kesin kriterlere sahip değildir ancak yine de sosyal sorumluluk ve profesyonel etik değerler gibi bir takım profesyonel kriterlere sahiptir (Mäenpää, 2014).

Bu tartışmalar foto muhabirliğinin net bir tanımını yapmayı da zorlaştırmaktadır. Ayrıca fotoğraf akımları arasındaki net olmayan sınırlar ve medyadaki değişime koşut olarak anlatı kalıplarının değişmesi, tanımın sınırlarını geçirgen hale getirmektedir. Örneğin son yıllarda, animasyonlar ve farklı kurgu teknikleri de foto muhabirlerinin sunum biçimleri arasında yer almaya başlamış ayrıca ses ve video görüntüsü ile birlikte multimedya anlatıları ön plana çıkmaya başlamıştır. Böylelikle değişen medya ve ona bağlı olarak gelişen anlatılarla ürünlerin niteliği de değişmekte ve buna bağlı olarak foto muhabirliği tanımı da genişlemektedir. Dünyanın en prestijli basın fotoğrafı ödülleri olan World Press Photo'nun 2015 yılında düzenlenen yarışmasına katılan yüzün üzerinde ülkeden bin beş yüz elli altı fotoğrafçıya uygulanan anketin sonucu, foto muhabirliği tanımının sınırlılıklarının müphemliğini ortaya koymak adına önemlidir. *"Oxford Üniversitesi Reuters Enstitüsü Jurnalizm Çalışmaları" (University of Oxford, Reuters Institude fort he Study of Journslism)* ve World Press Photo işbirliği ile hazırlanan, *"Haber Fotoğrafçılığının Durumu: Dijital Çağda Foto Muhabirlerinin Yaşamı ve Geçim Kaynağı"* isimli çalışmada, katılımcıların %39'u, kendilerini ne olarak tanımladıkları sorusuna *"foto muhabiri"* cevabını vermişlerdir. Katılımcıların %30 gibi büyük bir bölümü kendilerini *"belgesel fotoğrafçı"* olarak tanımlarken, %14'lük bir kısım *"gazete fotoğrafçısı"* tanımını kendilerine uygun görmüştür. %8'lik

bir kısım kendilerini *"görsel hikaye anlatıcısı"* olarak ifade etmekte, bunu %2'lik oranlarla *"görsel gazeteci"* ve *"multimedya gazetecisi"* tanımları izlemektedir. (Hadland, Campbell ve Lambert 2015: 15).

Türkçede foto muhabirliği, basın fotoğrafçılığı ve haber fotoğrafçılığı gibi terimlerle de ifade edilmektedir yanı sıra son yıllarda foto muhabirlerinin yaptığı işi tanımlamak için görsel gazetecilik, video gazetecilik gibi terimler de kullanılmaktadır. Haber fotoğrafı ve basın fotoğrafı dar anlamıyla, sıcak haberleri ve gazete sayfalarında tek tek kullanılan fotoğrafları işaret etmektedir. Oysa tezimizde kullanacağımız anlamıyla foto muhabirliği, fotoğrafçının hikaye anlatıcı rolünü, belgesel yaklaşımı ve kişisel üslubu da kapsayan bir tanım olarak ele alınmaktadır. Görsel gazetecilik ve video gazetecilik terimleri ise hem çok yeni olmaları hem de tarihsel süreci kapsamamaları nedeniyle kullanılmamıştır.

Foto muhabirliği terimi fotoğrafın basında kullanılmaya başlamasından hayli zaman sonra, ilk olarak Alfred Eisensteidt tarafından 1938 yılında kullanılmıştır. (Sterling, 2009: 1061) Foto muhabirliği dar anlamıyla, haber fotoğrafçılığı ya da haberin fotoğraf yoluyla aktarımıdır. Erken yıllarından bu yana bu şekilde kullanılan fotoğraflar, bir haberin ya da olayın o an orada gerçekleştiğinin kanıtı olarak gazete sayfalarındaki yerini almıştır. Ancak özelde fotoğraf genelde ise basın alanında yaşanan teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak taşıyıcı medyada ortaya çıkan değişimler nedeniyle farklı mecralar bulması, basın fotoğrafının o an orada olanı gösteren dar anlamından kurtulması için kapı açmıştır. Bu kapıdan geçen yenilikçi editörler ve yaratıcı fotoğrafçılar, foto muhabirliğinin rüştünü ispat etmesini sağlamış ve foto muhabirliği yeni bir dil olarak fotoğrafın tartışmalı coğrafyasında yerini almıştır.

Henüz XIX. Yüzyıl'ın sonlarında toplumsal sorunları, savaşı, göçü, felaketleri, toplumun farklı kesimlerinin yaşamlarını ve toplumu ilgilendiren konuları fotoğraf vasıtasıyla aktaran ve çağına tanıklık eden bir takım entelektüel kimliklerin fotoğrafta oluşturduğu gelenek, foto muhabirliğinin düşünsel altyapısını oluşturur. Foto muhabirliğinin temel saikleri görsel tanıklık ve bu tanıklığın aktarılmasıdır. 1920'li yıllarda Almanya'da ortaya çıkan foto röportaj vasıtasıyla ise foto muhabirliğinin kullandığı dil inşa edilmiş ve foto muhabirleri hikaye anlatıcısı rolüne kavuşmuştur.

Foto muhabirliği dünyanın muazzam karmaşıklıktaki yapısını açıklarken, bize sıradan yaşamımız içinde göremeyeceğimiz şeyleri gösterir ve bizi normalde gitmeyeceğimiz yerlere götürür. Hiçbir mesafe ve hiçbir zorluk foto muhabiri için engel teşkil etmez. (The Editors of Time Life Books, 1983) Foto muhabirliğinin daimi bir evrim süreci halinde olduğunu belirten Arthur Rothstein'a göre, fotoğrafçının teknik olarak yeterliliğinin yanında yüksek estetik standartlara ve entelektüel meraka sahip olması gerekmektedir. Foto muhabiri detayları yansıtabilmeli, kesin bir perspektif bakışa sahip olmalı, ton ve rengi vurgulamalı ve en önemlisi anı yakalayabilmelidir. Ayrıca Rothstein'a göre foto muhabirinin sahip olması gereken özelliklerden bazıları şunlardır: Foto muhabiri genel olarak sosyoloji, coğrafya ve tarih bilgisinin yanında fizik ve kimya da bilmelidir. Foto muhabirinin sosyal sorumluluk sahibi olması, insanların yaşamlarına dair idrakını güçlendirir. Mesleğe duyulan arzu ve macera duygusu, en önemsiz görevlendirmelerden bile zevk almasını sağlar. Foto muhabiri fotoğraf ve diğer konularla ilgili sürekli bir meraka sahip olmalı, fotoğraf tekniğine hakim olmalı ve kişisel üslubunu sürekli geliştirmelidir. Bütün bunların yanında foto muhabiri sanat ve kompozisyon bilgisine ve fotoğraflarla olduğu kadar kelimelerle anlatma yetisine de sahip olmalıdır. (Rothstein, 1979: 11).

Rothstein'dan yaklaşık 30 yıl sonra, foto muhabirliğinin özünde tartışmaya açık bir alan olduğuna işaret eden David Campbell'a göre, hala foto muhabirliğinin ne olup olmadığına ilişkin bir çok düşünce bulunmaktadır. Campbell foto muhabirliğinin, insanların kendi dünyalarının farklı veçhelerinin, objektif tabanlı görüntüleme teknolojilerini kullanarak derlediği hikayelerini anlattığı fotoğraf pratiği olarak tanımlar. Bu alan belgesel fotoğraf ve editöryal fotoğraf gibi yaklaşımları da içine alır ancak bilgisayar temelli görsel kurgulamalar, bu alanın dışında kalır. (Campbell, 2010) Ed Kashi ise yaklaşık 30 yıllık foto muhabirliği kariyerinde, amacının kendisini kaygılandıran hikayelerin dünyanın önemli yayınlarında basılmasını sağlamak ve dünyada fark yaratmak olduğunu belirtir. Bu süreçte, yüksek etik değerlere bağlı kalmak, fotoğrafını çektiği öznelerin itibarını korurken kişisel görüş ve yaklaşımını da oluşturmak ve fotoğrafı taşıyan medyanın sınırlarını zorlamak gibi prensipler, Kashi'nin olmazsa olmazladır. (Kashi, 2010: 9).

Bahsedilen bu noktalar üzerinden bir tanım yapacak olursak foto muhabirliği için, temel düşüncesi çağına tanıklık etmek ve bu tanıklığı aktarmak olan ve bu

kapsamda insanlık tarihine yön verecek büyük olayları ya da küçük insan hikayelerini konu alabilen, belirli mesleki etik değerlere ve estetik yaklaşıma sahip ve aktarıldığı medyaya göre anlatım dilinde farklı yaklaşımların bulunduğu fotoğraf temelli hikaye anlatma yöntemidir diyebiliriz.

Teknolojide yaşanan gelişmeler fotoğraf alanında çok farklı boyutlarda karşılığını bulmuştur. Fotoğrafın kendi estetik değerlerini bulmasından, dünyanın görünüşlerinin değişmesine, kitlelerin görüntülerle olan ilişkisinden, dünyayı algılama biçimlerinin farklılaşmasına kadar geniş bir alanı kapsayan bu değişimi, foto muhabirliğinin üretim biçimlerinden ve sunum şekillerinden ayrı düşünmemek gerekmektedir. Diğer taraftan tarihsel süreç içinde gelişen yapının oluşmasında fotoğrafın kullanım şekilleri ve onu kullananların edimleri de günümüz foto muhabirliğinin düşünsel ve felsefi boyutlarının oluşmasına neden olmuştur. Bu noktada foto muhabirliğine ilişkin tarihsel perspektif sunmak, çalışma açısından faydalı görülmektedir.

4.2.1. Foto Muhabirliğinin Tarihsel Kökenleri

4.2.1.1. İlk Örnekler

Fotoğrafın evrim sürecinin temelinde teknolojinin yattığını belirtmiştik. Daguerrotip'in müthiş başarısına ve kitleler içinde yaygınlaşmasına rağmen 1880 yılına gelene kadar fotoğraflar gazetelerde yer alamamıştır. Bu sürece kadar gazete sayfalarındaki fotoğraflar ya ressamların çizdiği resimlerden ya da *"fotoğraftan alınmıştır"* ibaresi ile gravür yöntemiyle gazete sayfalarına taşınmış fotoğraflardan oluşmuştur. 4 Mart 1880'de The New York Daily Graphic gazetesi yeni bir yöntemle sayfalarında fotoğrafa yer vermiştir. *"Halftone"* adı verilen bu yöntemle fotoğraflar tramlı bir ekran yardımıyla sayısız noktalara bölünmüş ve böylece elde edilen kalıp, yazılı metinle birlikte basılmıştır. (Freund, 2006)

Ancak fotoğrafın basında kullanılmasının ardından, gazete sayfalarında yoğunlukla boy gösterdiğini söylemek mümkün değildir. Gazetelerde fotoğrafların yaygın bir şekilde yer alması için 1900'lerin ilk yıllarının beklenmesi gerekmiştir. 1891 yılında bin sanatçı, basına haftada on binden fazla çizim temin etmekteydi (The Editors of Time Life Books, 1983) Bu süreci, yeni yöntemin getirdiği teknik sıkıntıların varlığı ve geleneksel yöntemin özellikle günlük gazeteler için daha hızlı olması gibi

nedenlerle açıklamak mümkündür. Amar'a göre o dönemde fotoğraf kullanımı açısından günlük basınla, haftalık ya da aylık basını ayrı değerlendirmek gerekmektedir. Haftalık dergilerin editörleri politik analizleri, toplumsal olayları, kültürel ve sanatsal haberleri yayınlamaya devam ederken fotoğrafın illüstrasyon aracı olarak yararı ve etkisini de ölçecektir. Ancak o dönem için fotoğrafın mizanpajı çok iyi değildir. Bu sorun ancak XIX. Yüzyıl'ın sonunda dikkate alınır ve yeni gazete maketleri hazırlanır. Bu yeni formatta fotoğraflar estetik ve anlam kaygısıyla daha iyi yerleştirilir. Günlük gazetelerde ise gravür, hakimiyetini çok daha uzun süre sürdürecektir. Gravürün o dönem için halftone yöntemine göre hala daha hızlı oluşu bunun temel nedenidir. Yeni yöntemin yavaşlığı haberin anındalığını imkansız kılmaktadır. (Amar, 2008: 33).

Basın alanında yaşanan bir diğer teknolojik gelişme ise Edouard Belin tarafından icat edilen Belinografi ya da diğer adıyla Telefoto'dur. Belin'in icadı, fotoğrafların bir başka yere gönderilmesini sağlamıştır. Edouard Belin ilk görüntülerini 1925'de radyo aracılığıyla gönderir. Bir fotoğrafın telefon hattına bağlı bir belinograf tarafından fotoelektrik bir hücre tarafından çözümlenerek, bir kıtadan diğerine iletilmesi için yalnızca birkaç dakika yeterlidir. Fotoğrafın kalitesinin telefon hatlarının kalitesine bağlı olması ve çok ağır olması gibi dezavantajları olsa da Belinografi, sayısal teknoloji kullanılmaya başlayana kadar, aynı işleyiş mantığıyla fotoğraf aktarımı konusunda kullanılmıştır (Amar, 2008: 38).

Foto muhabirliğinin, ilk yıllardaki yükselişini sağlayan sadece basın alanındaki gelişmeler olmamıştır. Bizzat fotoğraf alanında ortaya çıkan yeni buluşlar ve fotoğraflama sürecini daha kolay hale getiren gelişmeler, foto muhabirliğini de olumlu yönde etkilemiştir. Yarattığı coşku ve kitlelerin talebi nedeniyle fotoğraf ciddi bir sektöre dönüşmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak hem fotoğraf makinelerinin hafiflemesi, hem kimyasalların hızlanması hem de objektiflerin hızı konusunda önemli gelişmeler yaşanmıştır. Paris'te, Giroux optik dükkanında satılan ve Daguerre tarafından yapılmış olan ilk makineler, çok büyük ve biçimsiz olmalarının yanı sıra tüm aksesuarlarıyla birlikte elli kilo civarındadır. Bu makinelerin fiyatları ise çok az kişinin karşılayabileceği kadar pahalıdır. Henüz 1839 yılı sonlarında optik alanındaki gelişmelerle, fotoğraf makinesinin ağırlığı 14 kiloya kadar düşmüş ve nispeten taşınabilir hale gelmiştir. Gelinen noktadan sonra fotoğraf makinelerinin hem ağırlığı ve hacmi hem de fiyatları düşme eğilimini sürdürmüştür. Fotoğrafın daha kullanışlı hale

gelmesinin bir ayağı da kimyasallarda yaşanan gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda yaşanan iyileştirmelerin ardından poz süresi giderek kısalmıştır. 1839 yılında, fotoğrafın oluşması için plakanın güneş ışığı altında tutulma süresi yaklaşık on beş dakikadır. 1841 yılında süre iki üç dakikaya indirilmiş, 1842'ye gelindiğinde ise pozlama işlemi için yirmi ya da kırk saniye yeterli olmuştur. Daguerrotip Amerika'da da tıpkı Avrupa'da olduğu gibi büyük bir ilgi görmüştür. Özellikle portre fotoğrafının moda haline gelerek büyük talep yaratmasının ardından, 1850 yılında Amerika'da iki bin daguerotip kullanıcısı bulunduğu tahmin edilmektedir. 1853 yılında, çekilen fotoğraf sayısı üç milyon olarak belirtilmektedir. 1840 ve 1860 yılları arasındaki fotoğraf üretimi ise otuz milyonu aşmaktadır. Amerikalıların, 1850 yılında, fotoğraf üretiminin %95'lik kısmını oluşturan portre fotoğrafları için, 8-12 milyon dolar harcadığı tahmin edilmektedir. (Freund, 2006: 31).

Daguerrotip, fiyatlarının düşmesi, kolay ulaşılabilir hale gelmesi ve kimyasallardaki gelişmeyle birlikte en ince ayrıntıların bile fotoğraflanabilir hale gelmesine karşın çok önemli bir dezavantaj taşımaktadır: Görüntünün bakır levha üzerine kaydedildiği bu yöntemde, görüntü çoğaltılamamaktadır. O dönemde özellikle İngiltere'de yaygın olarak kullanılan *"Kalotip",* günümüz fotoğraf düşüncesinin de temellerini oluşturmuştur. William Henry Fox Talbot'un geliştirdiği yöntemle negatif-pozitif sistemi ortaya çıkmıştır. Talbot, Kalotip adını verdiği bu yöntemle, kağıt üzerinde negatif görüntü oluşturmuş ve bu görüntünün çoğaltılabiliyor oluşu modern anlamda fotoğrafın ortaya çıkışını müjdelemiştir. Kağıt negatifin yeterince keskin görüntü vermemesi ve her işlem sonrasında kağıdın yıpranması ise Talbot'un yönteminin olumsuz yönleridir. Talbot'un yöntemi modern fotoğraf tecrübesinin hayata geçmesini sağlarken diğer taraftan yeni buluşlarla birlikte negatif-pozitif sistemi, sayısal fotoğraf teknolojisinin fotoğraf alanını domine etmesine kadar geçen zamanda, fotoğraf üretme pratiğinin temellerini atmıştır. Kalotipin ardından cam negatifler kullanılmış ve fotoğraf kimyasallarındaki gelişmeler giderek fotoğraf kalitesinin artmasını sağlamıştır.

Sonraki aşamada ise George Eastman Kodak'ın geliştirdiği yöntem, fotoğrafın yayılmasında önemli rol oynamıştır. 1888 yılında George Eastman, fotoğrafçıları kimyagerlikten ve ağır fotoğraf makinelerinden kurtaran ve onların, kitlelerin fotoğraf üreticisi olmasına yol açan buluşunu açıklamıştır. Eastman'ın taşınabilir fotoğraf

makinesi ile selüloid film kullanılıyor ve fotoğrafın banyo ve baskısı firma tarafından gerçekleştiriliyordu. *"Siz Düğmeye Basın, Gerisini Biz Hallederiz"* sloganıyla tanıtılan bu yöntem, fotoğrafın geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır (Özendes, 2001: 14).

4.2.1.1.1. Savaş Alanları

Foto muhabiri geleneğin kökenlerinde önemli olaylara tanık olmak ve yaşananları belgeleme güdüsü yatmaktadır. Savaşlar bu sebeple foto muhabirliği tarihinde önemli yer tutmaktadır. Önceleri savaş alanlarını tasvir etme görevi ressamlara düşerken fotoğraftan sonra bu görevi fotoğrafçılar devralmış, büyük arabaları ve dev fotoğraf makineleri ile savaş alanlarında boy göstermeye başlamışlardır. Poz sürelerinin uzun olması nedeniyle çatışma anlarını kaydedemeyen ancak bittikten sonra çatışma alanını ya da cephe gerisindeki askerleri fotoğraflayan öncü fotoğrafçılar, savaş fotoğrafçılığının arkaik örneklerini verirken tarihsel belgeler ortaya koymuşlardır. 1846-1848 yılında yaşanan Meksika Savaşı'nda çekilen Daguerrotip'ler muhtemelen savaş fotoğraflarının ilk örneklerini oluşturmaktadır. Cephe gerisindeki askerlerin fotoğraflarının kim tarafından çekildiği bilinmemektedir. (Lacayo & Russel, 1995) Ayrıca bu dönemde, dünyanın farklı coğrafyalarında yaşanan savaşları James Robertson, Felice Beato, Mehedin, Langlois, Durand-Brager, Lassimonne gibi isimler de belgelemişlerdir (Özendes, 2001). Bu dönemin en önemli fotoğrafçıları olarak Kırım Savaşı'nı fotoğraflayan İngiliz, Roger Fenton ve Amerikan İç Savaşı'nı fotoğraflayan Mathew Brady öne çıkmaktadır.

Erken dönem savaş fotoğrafının en önemli örneklerini veren isimlerden biri Roger Fenton'dur. Fenton 1855 yılında, zırhlı bir fotoğrafik van ile beş alet ve 3-20 saniye poz ile görüntü almasını sağlayan 700 kollodyumlu plaka ile (Amar, 2009: 26) Kırım Savaşı'nı çekmek için Balaklava limanına çıkmıştır. Fenton, 3 ay süren zorlu çalışmasının ardından yakalandığı kolera ve 360 fotoğrafla birlikte Londra'ya dönmüştür. Fenton'un fotoğraflarında teknik nedenlerden dolayı savaş sahnesi ve cephe fotoğrafları yer almaz. Diğer taraftan Fenton, İngiliz Savaş Bakanlığı'nın desteği ile bu savaşı çekmeye gitmiş ve savaşın korkunç yüzünü, ölü ya da yaralı İngiliz askerlerinin fotoğraflarını çekmekten men edilmiştir. Fenton'un fotoğraflarında, cephe gerisindeki subay ya da askerlerin fotoğrafçıya, poz veren görüntüleri yer alır. Onun resimleri,

cephe hattının gerisindeki askerlik hayatının canlı tablolarıdır; savaş (hareket, düzensizlik, dram) ise kamerasının menzilinin dışında kalmıştır (Sontag, 2004: 50).

Savaş fotoğrafı konusunda öncülerden bir diğeri Mathew Brady'dir. 1861'de Amerikan İç Savaşı patlak verdiğinde Mathew Brady, ülkenin en tanınmış fotoğrafçısı olma ününü, ünlülerin portrelerini çekerek kazanmıştı. (Lacayo & Russel, 1995) Brady, iç savaş sırasında 26 yardımcısıyla birlikte yaklaşık 7000 fotoğraf üretmiş ve 35 önemli noktada Antietam, Gettysburg, Pettersburg gibi hemen hemen bütün büyük olayları görüntülemiştir (Amar, 2009: 28). Brady gereken maddi yükü kendi mal varlığını satarak ve borçlanarak sağlamış, bu sebeple Fenton'un yüzleşmek zorunda kaldığı sansüre uğramamıştır. Hatta Brady ve ekibine bizzat Abraham Lincoln tarafından savaş alanına girme imtiyazı tanınmıştır. Diğer taraftan Fenton örneğinde olduğu gibi bu fotoğrafçılara kesin talimatlar verilmemiş; onların statüsü daha çok Amerikanvari bir tarzla, girişimcilik ve serbest çalışma dürtülerinin önünü açan hükümet desteğiyle sağlanmıştır (Sontag, 2004: 51). Bu sebeplerle gerçek anlamda savaş fotoğraflarının ilk olarak Brady ve ekibi tarafından çekildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak Fenton'un yaşadığı teknik sınırlılıklar Brady için de geçerlidir. O dönem fotoğraf teknolojisinin izin vermemesi nedeniyle, Brady'nin fotoğraflarında da Fenton'da olduğu gibi sıcak çatışma görüntüleri bulunmamaktadır. Uzun pozlama gerekliliğinden dolayı henüz hareketi sabitlemek mümkün değildir. Buna karşın Fenton'un fotoğraflarındaki cephe gerisinde adeta keyif yapan askerlerin yerini, Brady'de çatışma sonrası savaş alanlarının korkunç görüntüleri alır.

4.2.1.1.2. Belgesel Tavır

Savaşın yanı sıra toplumsal olaylar, göç, yoksulluk gibi konular öncü fotoğrafçılar tarafından fotoğraflanarak, foto muhabirliğinin erken yıllarında düşünsel temellerinin atılmasına yol açmıştır. XIX. Yüzyıl sonu ve XX. Yüzyıl başında Amerika'da yoksul kesimleri, göçmenleri, çocuk işçileri fotoğraflayan iki fotoğrafçı, fotoğrafın bu bakış açısının öncüsü olmuşlardır. Jacob Riis ve Lewis Hine, toplumun yoksul kesimlerine doğrulttukları objektifleriyle fotoğrafı toplumsal sorunlara ışık tutacak ve bu sorunların çözülmesinde kullanılacak bir araç olarak kullanmışlardır. New York Tribune'de gazeteci olarak çalışan Jacob A. Riis, New York'un kenar mahallelerinde yaşayan göçmenlerin kötü yaşam koşullarını konu alan yazılarını

fotoğraflarla destekleyerek bu fotoğrafları, *"Öteki Yarı Nasıl Yaşıyor"* adıyla kitaplaştırmıştır. Böylelikle fotoğraf ilk kez, toplumsal eleştiri malzemesi olarak kullanılan bir araç haline gelmiştir. (Freund, 2006: 99) Kendisi de bir göçmen olan Riis, 1880'li yıllarda on yıl boyunca fotoğrafı, New York'un özellikle göçmenlerin yaşadığı kenar mahallelerindeki korkunç derecede kötü yaşam koşullarını belgelemek amacıyla kullanmıştır. Düşük ışık koşullarında ve geceleri magnezyum tozlu flaş kullanarak Riis, Amerika'da flaş kullanımının da öncülerinden olmuştur (Hannavy, 2008: 56).

Riis gibi Hine da objektifini toplumsal sorunlara yöneltmiştir. Bir sosyolog olan Hine 1908-1914 yılları arasında günde 12 saat çalışan, hayatlarını fabrikalarda, çalışma ortamlarının ağır şartları altında geçiren çocuk işçileri fotoğraflamıştır. Hine'ın fotoğrafları, çocuk işçiliği konusunda yasal düzenlemeler yapılmasını sağlamıştır. (Freund, 2006: 99)

Fotoğrafın toplumsal sorunları yansıtan bir araç olarak kullanıldığı diğer çalışma ise yine Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirilmiştir. 1930'lu yıllarda ekonomik krizden etkilenen kırsal kesimin sorunlarını ortaya koymak için gerçekleştirilen Çiftlik Güvenlik İdaresi'ne (Farm Security Administration) bağlı fotoğraf departmanı tarafından üstlenilen proje kapsamında, kırsal kesimde yaşayan insanların ekonomik sorunları, yaşam tarzları ve kültürleri geniş bir projeksiyonla sunulmuştur. Roy Striker tarafından yönetilen proje kapsamında çalışan fotoğrafçılar bir kaç sene boyunca çalışmalarını sürdürerek ve 300 bine yakın fotoğraf ortaya koymuştur. Bu insanlık dramını tarihe geçirirken aynı zamanda kendileri de fotoğraf tarihinin bir parçası haline gelen fotoğrafçılar arasında; Ben Shan, Walker Ewans, Dorothea Lange, Arthur Rothstein, Carl Mydans, Russel Lee, Gordon Parks gibi isimler bulunmaktadır (Özendes, 2001: 18).

4.2.1.2. Altın Çağ

Fotoğraf makinelerinin elde taşınabilecek kadar küçük ve sessiz hale gelmesi, kimyasalların saniyenin birimlerine kadar kısa sürede çekime elvermesi, basın teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve fotoğrafı sunacak yeni mecraların ortaya çıkmasıyla birlikte, foto muhabirliğinin *"Altın Çağ"* olarak adlandırılan zaman diliminin yaşanmasını sağlamıştır. 1920'li yıllarda Almanya'da başlayan bu süreç

kimilerine göre 1950'li yıllarda, kimilerine göre ise 1960'lı yıllarda televizyonun iletişim alanına girmesi ve etkin iletişim aracı haline gelmesi ile birlikte son bulmuştur.

Modern foto muhabirliğinin 1920'li yıllarda Almanya'da ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Bu dönemde önceleri birbirinden bağımsız fotoğraflar çekmek olan foto muhabirinin görevi, hikayeyi fotoğraflar vasıtasıyla anlatmaya dönüşmüş, ortaya çıkan resimli dergilerle de, fotoğraf ajansları ve teknolojik gelişmeler sonucu, foto röportaj geleneğinin temeli atılmıştır. Bu dönemde resimli dergiler ve foto muhabirliği muazzam yaratıcı bir periyoda girmiş, fotoğraflar magazinlerde derin değişim yaratmıştır. Fotoğraf görsel sanatlardan ödünç aldığı durgun ve formal kompozisyon kurallarından kopmaya başlamıştır. Fotoğrafçılar bu zaman diliminde, düşük ışık koşullarında çekim yapabilen duyarlı filmlere ve ard arda çekim yapabilmeyi sağlayan hızlı enstantanelere sahip fotoğraf makinalarına kavuşmuşlardır. Böylece fotoğraf kendi anlatıcı rolünü üstlenmiştir. (Lacayo & Russel, 1995: 67)

Bu dönemde yaşanan İspanya İç Savaşı, II. Dünya Savaşı, faşizmin yükselişi gibi büyük toplumsal olaylar önemli fotoğrafçılar tarafından belgelenirken fotoğraf, tarihin tanığı mertebesine yükselmiş ve foto muhabirliği teriminin içi büyük uygulayıcıları tarafından doldurulmuştur. Foto muhabirliği bağımsız bir fotoğraf dili olarak varlığını kanıtlarken diğer taraftan etik kriterler de aynı dönemde oluşturulmaya başlamıştır.

1924 yılında Ernemann Camera Factory, Ermanox marka fotoğraf makinesini tanıttığında artık düşük ışık koşullarında flaşsız fotoğraf çekmek olası hale gelmişti. F/2 Ernostar objektife sahip olan makine, belgesel fotoğrafçılara geçmişte olayları daha önce fotoğraflanmadığı şekilde fotoğraflama imkanı tanıyordu (Peres, 2007: 97). Ancak Ermanox cam film kullandığı için dezavantajlı durumdaydı. Fotoğraf makinası alanında devrim niteliğindeki gelişme Leitz firması tarafından gerçekleştirilmiştir. Oscar Barnack tarafından icat edilen, 24x36 boyutunda art arda 36 fotoğraf çekmeye elveren rol filmin kullanıldığı Leica, 1925 yılında tanıtıldı. Küçük ve sessiz Leica ilk yıllarında ciddiyetten uzak ve oyuncak gibi görünmesine rağmen, ilerleyen yıllarda fotoğrafta en çok kullanılan format haline gelmiştir. 1927 yılında Leitz firması tarafından bin adet makina piyasaya sürülmüş, ertesi yıl bu sayı on bine çıkmıştır. 1931 yılında sayı elli bini bulurken, iki yıl sonra yüz bine ulaşmıştır (Freund, 2006: 116).

Bu dönemde ilk örnekleri Almanya'da ortaya çıkan resimli dergileri Fransa ve Amerika'daki seçkin örnekleri izlemiştir. Diğer taraftan piyasanın fotoğraf açlığını doyurmak için Black Star ve Magnum gibi prestijli fotoğraf ajansları yine bu dönemde kurulmuştur. Foto muhabirliğinin önemi gitgide artarken 1943 yılında Pulitzer ilk kez fotoğraf kategorisinde ödül vermiştir. (Sterling, 2009: 1062) Dünyanın en prestijli haber fotoğrafı ödüllerini dağıtan World Press Photo ise 1955 yılında kurulmuştur.

Teknolojik gelişmelerin ardından foto muhabirliği bağımsız estetik diliyle, kurumlarıyla ve fotoğrafa duyulan güvenle birlikte en önemli iletişim araçlarından biri haline gelerek altın çağını yaşamıştır.

4.2.1.2.1. Resimli Dergiler

1920'li yılların başlarından itibaren resimli dergiler yayınlanmaya başlanmıştır. Bu dönemde Almanya'da basın piyasası, Berliner Illustrirte Zeitung, Münchener Illustrierte Presse ve Arbeiter Illustrierte Zeitung, Fransa'da Vu, İsviçre'de Camera, Amerika'da Time Magazine ve Harper's Bazaar'ın işgali altındadır. Resimli dergilerin ardından foto röportaj yeni bir jurnalistik üslup olarak ortaya çıkmıştır. Foto röportajın başlangıç noktası geleneksel gazetecilikte olduğu gibi artık yazı değil fotoğraf olmuştur (Vowinckel, 2013: 475). Avrupa'da ortaya çıkan resimli dergilerin ardından 1930'lu yıllarda Amerika'da Life ve Look dergileri yayın hayatına başlamıştır. Özellikle Life dergisi bu alanda zirve konumuna gelirken, yayın serüveni foto muhabirliğinin altın yıllarının sembolü niteliğindedir.

İlk olarak Weimar Almanyası'nda ortaya çıkan resimli dergilerin yarattığı etki, önce Avrupa'nın diğer coğrafyalarında daha sonra da Amerika'da bu geleneğin sürdürülmesine neden olmuştur. Çoğunluğu Yahudi olan fotoğraf editörleri ve fotoğrafçıların, Hitler iktidarının ardından ülkeyi terk etmek zorunda kalmaları ve göç ettikleri ülkelerde benzer faaliyetlerini sürdürmeleri bunun en önemli nedenidir.

Modern foto muhabirliğinin ortaya çıkışında teknolojik altyapının yanı sıra, yenilikçi editörlerin ve yaratıcı fotoğrafçıların önemli katkısının olduğunu daha önce belirtmiştik. Foto muhabirliğinin manevi babası olarak adlandırılan Stefan Lorant, bu editörlerin en başta gelmektedir. 1930 yılında Munchner Illustrierte Presse'in yazı işleri müdürü olan Lorant, foto röportaj fikrini uygulayarak fotoğrafa yeni bir anlayış getirmiştir. O döneme kadar birbirinden bağımsız fotoğraflar yayınlayan resimli basın,

Lorant'ın fikriyle hikayelerin fotoğraflarla anlatılmasını sağlamıştır. Lorant ayrıca, yalnızca ünlü kişilerin değil sıradan insanların hayatlarının da foto muhabirliğinin konusu olabilmesini sağlamıştır. Lorant, Hitler'in başa geçmesinin ardından İngiltere'ye kaçarak burada Weekly Illustrated ve Liliput adlı dergileri yayınlamaya başlamış, 1938 yılında ise Picture Post'u hazırlamıştır (Freund, 2006. 118). Lorant'ın gazetecilik başarısı girişkenliğinin yanında modern kültürü anlamaktaki üstün yeteneğinden kaynaklanmıştır. Lorant Dadaizm ve Konstrüktivizm konularında bilgi sahibi iken diğer yandan Bauhaus Okulu tarafından da kabul görmüş bir isim ve o dönemin entelektüel hayatında önemli bir simadır. (aktaran, Vowinckel, 2013: 479) Ayrıca Lorant'ın yaratıcı gösterme duygusu ve çalıştığı fotoğrafçıların yeteneğine olan güveni modern foto muhabirliğinin vitrinini oluşturur. Onun sisteminde editörler yapımcı, fotoğrafçılar ise yönetmen pozisyonundadır. (Lacayo & Russel, 1995: 71)

Avrupa'da olgunlaşan resimli dergi geleneği Amerika'da da karşılığını bulmuştur. Bu coğrafyada Life ve Look dergileri yaklaşık elli yıllık serüveni boyunca foto muhabirliği açısından çok önemli rol oynamıştır. Bu iki dergi inanılmaz okuyucu sayılarına ulaşmış ve fotoğrafın en etkili kullanıcısı haline gelmişlerdir. (Rothstein, 1979: 113) Life dergisinin 23 kasım 1936'da çıkan ilk sayısı 466 bin satmış ve bir sene içinde tirajı bir milyonu aşmıştır. 1972 yılında ise bu sayı 8 milyona ulaşmıştır (Freund, 2006: 123). 1960'lı yıllardan itibaren televizyonun ortaya çıkardığı rekabet ortamı, gelirlerin düşmesine neden olurken diğer taraftan artan kargo ücretleri nedeniyle dergi küçülmeye başlamış ve 1972 yılında yayın hayatına son verilmiştir.

Resimli dergi geleneği, foto muhabirliğinin hem kurumsal olarak hem de bağımsızlığını ilan etmiş yeni bir fotoğrafik dil olarak gelişiminde çok önemli katkılarda bulunmuştur. Bu dergiler devrin önde gelen foto muhabirlerinin uğrak yeri haline gelirken diğer taraftan da bir çok önemli fotoğrafçıyı bünyelerinden çıkararak birer eğitim kurumu görevi görmüşlerdir. Bu dergilerin en önemlilerinden olan Life dergisi, yükselişi ve kapanmasına giden süreçte foto muhabirliğinin altın yıllarının simgesi haline gelmiştir. Life dergisinin kapanma sürecini hazırlayan televizyonla olan rekabet süreci, altın yılların son buluşunu haber verirken o yıllardan bu yana süren foto muhabirliğinin işlevini yitirip yitirmediğine ilişkin tartışmaların da başlamasına yol açmıştır.

4.2.1.2.2. Estetik Temeller

Fotoğrafın bir sanat olarak ortaya çıkışı evrimsel nitelik taşır. İcat edildiği andan itibaren sanatla ilişkisi yaratıcılık, gerçeklik ve röprodüksiyon noktasında sorunlu bir alan olarak karşımıza çıkarken, fotoğrafın estetik dili özellikle resim sanatı ile karşılıklı etkileşim halinde inşa edilmiştir. XIX. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkan *"Resimselcilik"* ve XX. Yüzyıl başlarında ortaya çıkan *"Yalın Fotoğraf"* akımları farklı yaklaşımlarla fotoğrafın başlı başına bir sanatsal yaratım ortamı olduğunu iddia etmişlerdir. Avangard sanat tecrübesi ise fotoğrafı sanatsal alanın içine dahil etmiştir. Yine fotoğraf teknolojisindeki gelişmeler fotoğrafın estetik dilinin yaratılmasında önemli rol oynamış, duyarlı filmler ve farklı diyafram açıklıklarının yarattığı etki, nesnelere bakışı değiştirmiş ve böylece yeni form arayışlarına kapı aralamıştır. iğer taraftan yüksek örtücü hızlarının kullanılabilmesi, an fotoğrafına elverişli koşulları hazırlamıştır.

Temel misyonu toplumsal olayları, göçleri ve trajedileri aktarmak olan foto muhabirliğinin altın çağında bağımsızlığını ilan eden estetik yapısı, eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Bu bakış açısına göre, estetik yapısı güçlü olan fotoğraflar sefalette güzelliği yakalamak gibi bir yaklaşıma sahiptir ve bu fotoğraflar gerçek bir bilgi aktarımı yapmaz, en fazla acındırma görevi üstlenirler. Fotoğrafın üstün görsel, estetik ve fotoğrafik değerlere sahip olmasının, onun dünyayı doğru yansıtmasında ve insanların somut yaşam koşullarını açıklamasında özel bir katkısı yoktur. (Topçuoğlu, 2000)

Sontag, fotoğrafın sanat olarak adlandırılabilecek eserler ortaya koymasına rağmen bir sanat formu olmadığını savunur ve fotoğrafı tıpkı dil gibi, sanat eserinin üretildiği bir aracı olarak değerlendirir. Fotoğraf, kendi içinde bir sanat olmasa bile, tüm konularını sanat eserine dönüştürme gibi garip bir kapasitesi vardır. (Sontag, 1999: 167) Fotoğraflar nesneler üzerinde dönüştürücü bir etki yapar. Herhangi bir şey bir görüntü halini aldığında, gerçek hayattaki halinden farklı olarak güzel, korkutucu, dayanılmaz vb olabilir. Fotoğrafın belge ve görsel sanat eseri oluşturmasından kaynaklanan ikili gücünün, fotoğrafçıların ne yapıp yapmaması gerektiğine dair abartılı görüşlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu savunan Sontag, felaketlere ve şiddet uygulamalarına tanıklık eden fotoğraf sanatının, güzel olmamasına ilişkin görüşü abartılı bulur. Bu

görüşe göre güzel bir fotoğraf konunun ciddiyetini sulandırır ve fotoğrafın belge olma statüsünü tehlikeye sokar. (Sontag, 2004: 77)

Fotoğrafın kendi öz estetik ve kompozisyon değerlerine kavuşmasını sağlayan en önemli fotoğrafçılardan biri, şüphesiz Henry Cartier-Bresson'dur. XX. yüzyılın ve fotoğraf tarihinin en büyük isimlerinden olan Bresson bu yüzyıla damgasını sadece fotoğraflarıyla değil Magnum fotoğraf ajansının kurucularından biri olarak ve *"Decisive Moment"* karar anı kavramı ile de vurmuştur. Fotoğrafta yaratıcılığı, bir *"an"* meselesi, bir atış yıldırım hızında tepki gösterebilmek olarak tanımlayan Bresson için fotoğraf, eş zamanlı bir karşılaşmadır ve bir saniyelik bir zaman dilimi içerisinde, bir yandan olayın taşıdığı anlam ve diğer yandan olayı ortaya koyan görsellik içinde algılanan biçimlerin kesinlikle bir araya getirilmesidir. (Bresson, 2006: 37). Bresson, fotoğraflarını oluştururken 1/125 enstantane kullanmış ve karanlık odada fotoğrafa müdahale edilmesine izin vermemiştir. Mükemmeliyetçi fotoğraf estetiğine sahip olan Bresson, fotoğraflarında ışığın, perspektifin ve hareketin en dengede olduğu anı karar anı olarak tanımlar.

Fotjurnalizmin altın yıllarında üstün estetik standartlarda ve büyük bir empati ile fotoğraflarını ortaya koyan bir diğer fotoğrafçı ise Eugene Smith'tir. Zor bir karaktere sahip olan Smith, konu aldığı insanların yaşamlarını derin bir algılama ve yüksek estetik standartlarda ortaya koymuştur. Başlangıcından itibaren foto muhabirliği ve insanlığın acıları birbiriyle bağlantılıdır. Ancak hiçbir fotoğrafçı bu bağlantıyı Smith kadar ateşli bir şekilde ortaya koymamıştır. (Lacayo ve Russel, 1995: 124) Smith'in İspanyol Köyü, Köy Doktoru ve Japonya'da bir fabrikada civa zehirlenmesine yakalanmış fabrika çalışanlarını ve yakınlarını konu alan Minamata çalışması, fotoğraf tarihinin en iyi foto-röportajları arasında yer almaktadır. 1955 yılında Magnum fotoğraf ajansına kabul edilen Smith, 1958 yılında Popular Photography tarafından dünyanın en iyi on fotoğrafçılarından biri olarak gösterilmiştir. (Miller, 2008: 190) Smith'in fotoğrafları gücü, dramatik atmosferinden, yüksek estetik standartlarından ve fotoğrafladığı insanların duygusal durumunu derin bir şekilde aktarmasından almaktadır.

4.2.1.2.3. Fotoğraf Ajansları

Fotoğraf ajansları, ajansa bağlı çalışan fotoğrafçıları ve arşivi ile basın kuruluşlarına fotoğraf sağlayan organizasyonlardır. Ancak ajansların foto muhabirliği

tarihinde oynadığı rol bununla sınırlı değildir. Fotoğraf ajanları, tarihsel süreçte bir okul görevi üstlenmiş, teknolojilerin kullanımda öncülük yapmış, fotoğrafın mülkiyet hakları konusunda farklı yaklaşımlara sahip olmuş ve bir gelenek oluşturmada önemli rol üstlenmişlerdir. 1990'lı yıllardan itibaren ortaya çıkan gelişmelerden fotoğraf ajansları da etkilenmiş, bu alana yeni oyuncular girmiş ve organizasyon yapılarında ve üretim şekillerinde değişiklikler meydana gelmiştir.

Foto muhabirliği tarihinde önemli rol oynayan ajansların ilk örneklerinden biri Almanya'da kurulan Dephot fotoğraf ajansıdır. Bu ajans 1932 yılına kadar Almanya'da foto muhabirliği adına en önemli kurumlardan biridir. Ajans modern foto muhabirliğinin ilk yıllarında, bir eğitim kurumu görevi de üstlenirken o dönemin önemli fotoğrafçılarını bünyesinde barındırmış ve fotoğrafçılarından çoğu, zaman içinde ünlü olmuştur (Freund, 2006: 112).

Amerika'da 1927 yılında fotoğraf servisini kuran Associated Press (AP), teknoloji kullanımında öncü ajanslardan biri olmuştur. AP 1935 yılında telefoto servisini 25 eyalette, 47 gazete ile bağlantılı olarak kurmuştur. AP'nin telefoto ile aktardığı ilk fotoğraflar, New York kırsalına düşen uçağın görüntüleridir. (Sterling, 2009: 34) 1930'lu yıllarda ABD'de foto muhabirliğinin kurumsallaşması açısından önemli katkıları olan Black Star Fotoğraf Ajansı ise Almanya'dan göçen Yahudiler tarafından kurulmuştur. Günümüzde halen faaliyetlerini sürdüren ajans, özellikle kurulduğu ilk yıllarda Life dergisi ile kurduğu özel ilişki ve kurucularının deneyimleri sayesinde, fotoğraf ajansları arasında bir stereotip olarak kabul edilmektedir (Oral, 2000: 72). 1947 yılında Henry Cartier Bresson, Robert Capa, David Seymour ve George Rodger tarafından kurulan Magnum Fotoğraf Ajansı da, günümüzde hala işlevselliğini korurken, foto muhabirliğinin seçkinler kulübü niteliğindedir. Magnum, kooperatif yapılanması ve fotoğrafçının kendi negatiflerine sahip olması açısından önemlidir. Capa ve arkadaşları fotoğrafçılıkta telif hakkını icat ettikleri, fotoğrafçıara mesleki özgürlüklerini kazandırdıkları ve esaret halindeki fotoğrafçıları özgür sanatçılara dönüştürdükleri için, alan açısından özel bir öneme sahiptir. (aktaran, Miller, 2012: 63)

4.2.1.3. Foto Muhabirliğinin Sonu Tartışmaları

1960'lı yıllarda televizyonun geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanması, o döneme kadar insanların görsel iletişim konusunda en çok rağbet gösterdikleri resimli

dergilere olan ilginin azalmasına neden olmuş ve bu dergilerin özellikle reklam gelirlerinde önemli düşüşler ortaya çıkmıştır. Life dergisi, bu düşüşe karşı önlem almak için çalışanlarının sayısını büyük ölçüde azaltmış ve 12 sayfaya yayılan foto röportajların uzunluğunu yarıya indirmiştir. Belli bir tarihe kadar güçlü bir ahlaki bakışa sahip olan Life, her zamanki çizgisinden ayrılarak, gençlerin hoşuna gidecek mafya ve yozlaşma üzerine foto röportajlar yayınlamaya başlamıştır. Dergi, 1966 yılında, 170 milyon dolar karşılığında 3300 reklam sayfası satarken bu sayı iki yıl sonra 2761'e düşmüş ve 154 milyon dolar gelir elde etmiştir. 1969 yılında fark on milyona çıkmış ve kayıp, her yıl kendini göstermeye başlamıştır. (aktaran, Freund, 2006: 135) Bu gelişmeler foto muhabirliğinin kurumsal olarak olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur. Foto muhabirleri işlerini sürdürmelerini sağlayacak yeni mecra arayışlarına girişirken, diğer taraftan foto muhabirliğinin ölüp ölmediğine dair tartışmalar baş göstermiştir. Foto muhabirliğinin tarihi boyunca birçok zorluklarla karşılaştığını söyleyen Peres, 1960'lı yıllardan bu yana her on yılda bir foto muhabirliğinin ölüp ölmediğine ilişkin tartışmaların yaşandığını ancak günümüzde bu mesleğin aktif bir şekilde uygulanmaya devam ettiğini belirtmektedir. Peres, alanın canlı bir organizma gibi sürekli bir adaptasyon süreci geçirerek evrimleştiğini savunmaktadır. (Peres, 2007: 339).

Günümüzde hala aktif bir şekilde icra edilmesine rağmen 1960'lı yıllarda televizyonun gördüğü rağbet ve yarattığı rekabet ortamı, foto muhabirliğinin ciddi bir krize girmesine neden olmuştur. Özellikle haberlerin çok kısa bir sürede görüntüleri ile birlikte izleyiciye aktarılabilmesi, izleyicilerin görsel açlığını tatmin ederken fotoğraf vasıtasıyla aktarılan haberlerin anındalık ilkesini yitirmesine neden olmuştur. Televizyon haberlerinin, herhangi bir derginin piyasaya çıkmasından çok önce aktarılıyor olması, reklam veren şirketlerin televizyona yönelmesine neden olurken diğer taraftan artan posta ücretleri ile birlikte abonelikler de giderek azalmıştır. Sonuç olarak Collier's, Saturday Evening Post ve Picture Post gibi dergiler kapanmış, ayakta kalanlar ise formatlarını değiştirip haberlerden uzaklaşarak, ağırlık olarak magazine yönelmişlerdir. (Miller, 2012: 284). Bu dönemde gazete ve dergilerin fotoğrafa ayırdığı bütçe giderek düşerken fotoğrafçıların gelirleri de ciddi biçimde azalmıştır. Buna karşın uzmanlaşmış basında işler yolunda gitmektedir. Televizyon dergileri yüksek satışlara

ulaşırken diğer taraftan *"people"* dergileri yükselmektedir. Bu dergilerin tek ilgi odakları yıldızların ve yüksek sosyetenin yaşamıdır. (Amar, 2008: 95)

1980'li yıllarda ise ortaya çıkan en önemli gelişme renkli fotoğraftır. Bir çok magazin ve hatta gazetede renkli fotoğraflar siyah beyazın yerini almıştır. Bu süreçte siyah beyaza sadık kalan birçok foto muhabiri olsa da bu fotoğrafların kullanıcı sayısı giderek azalmıştır. (Lacayo & Russel, 1995: 165) .

1970 ve 80'li yıllarda foto muhabirliği, sunum alanlarının daralması, izleyici talebinin azalması ve bütçe kısıtlanması gibi nedenlerle ekonomik açıdan, bundan bir kaç on yıl öncesinin görkemli yıllarından uzaklaşmıştır. Buna karşın foto muhabirliği, bu dönemde de tanık olma misyonunu sürdürmüştür. Sebastiao Salgado, Alex Web ve Joseph Koudelka gibi fotoğraf tarihinin önemli isimleri, ilk olarak fotoğraf sahnesine bu dönemde çıkmışlardır. 1990'lı yıllardan itibaren ise bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler, ardından gelen sayısal çağ ve internet gibi yeni gelişmelerle birlikte, yine foto muhabirliği öldü tezleri ortaya atılmıştır. Ancak bu gelişmelerle birlikte, yeni bir mecraya girilirken, hem dil hem üretim koşulları hem de dağıtım ağı açısından foto muhabirliğini yeni bir dönem beklemektedir.

4.2.2. Dijital Foto Muhabirliği

1990'lı yıllardan başlamak üzere foto muhabirliği alanında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Büyük medya kuruluşlarının teknolojik altyapılarını değiştirmeye başlamasıyla birlikte, karanlık odaların yerini bilgisayarlar, analog fotoğraf makinalarının yerlerini sayısal makineler almaya başlamış diğer taraftan kablosuz ağlar sayesinde, fotoğraf aktarımı geçmişte kullanılan yöntemlere göre çok daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Ayrıca internet haberciliği sayesinde fotoğrafın kullanım ve sunum biçimleri değişmiştir. İlerleyen yıllarda ortaya çıkacak olan kişisel blogların ve sosyal medyanın temelleri atılırken bu alanlarla birlikte fotoğrafa ve görsel malzemeye ulaşım kolaylaşmıştır. Kısacası sayısal teknolojideki gelişme ve internetle birlikte, foto muhabirliği her veçhesiyle önemli değişiklikler yaşamıştır.

Dijital teknoloji 1980'li yıllarda ortaya çıktığında, foto muhabirleri bunun 1990'lı yıllarda fotoğrafta yaratacağı dramatik değişimi öngörememişlerdi. Başlarda bir çok foto muhabiri eski yöntemlerle çalışmaya devam ederken ilk sayısal kameraların fiyatları ve tüm medyanın yeni teknolojiye geçme maliyeti, bir çok fotoğrafçıyı sayısal

teknolojiye uyum sağlamaktan uzak tutmuştu. 1997 yılında The New York Times, Bill Clinton'un ikinci kez göreve başlama töreni için foto muhabirlerine 14 adet sayısal fotoğraf makinesi göndermek suretiyle bu yeni teknolojiyi deneyimlemiştir. İlerleyen yıllarda ise sayısal teknoloji tam anlamıyla fotoğraf piyasasına hakim olmuştur. Kodak 2005 yılında siyah beyaz fotoğraf kağıdı üretimini durdurmuş, 2008'de ise Polaroid film üretimine son vermiştir. Aynı yıl Canon firması, yüksek çözünürlüklü ve HD video çekebilen EOS 5D Mark II adlı kamerayı üretmiştir. Bu kamera, fotoğrafçıların aynı zamanda video çekimi de yapmasını sağlayarak multimedya hikayelerine durağan görüntülerin yanında hareketli görüntü ve sesin de eklenmesini sağlamıştır (Newton, 2009: 234).

Teknolojinin erişilebilirliğinin artması ve buna bağlı olarak fotoğraf üretiminin ve paylaşımının kolaylaşması, diğer taraftan dünyanın farklı bölgelerinden gelen birbirinin kopyası dramatik görüntüler, foto muhabirliğinin tanıklık misyonu ile ilişkisinin zayıflamasına yol açmıştır. Diğer taraftan sayısal teknolojide fotoğrafa müdahalenin kolaylığı, fotoğrafın dürüstlüğüne olan inancın sarsılmasına neden olmuştur. İnternetin demokratik yapısı, foto muhabirliği önüne yeni sorunlar getirmektedir. İnternet ortamında kabul edilmiş bir güvenilirlik incelemesinden geçmeyen bilgi ya da fotoğraflar, neyin inanılır olduğuna ya da bulunan bilginin nasıl okunması gerektiğine dair sıkıntılar ortaya çıkarmaktadır. Eksik bilgi sahibi ve amatör enformasyonun, güvenilir ve sorumluluk sahibi enformasyonla aynı hızda yayılmasıyla, güvenilirlik yerinden edilmiştir. Bu durum foto muhabirliğine gerçek zorluklar çıkarmaktadır. Foto muhabirliğinin sahip olduğu güç, dağıtım kaynağının güvenilirliği ve etkisi ile ilişki halindedir. (Wattriss, 2010: 19)

Sayısal teknoloji ve internet, gazetecilik alanında kökten değişimler yaratmıştır. Teknolojinin ulaşılabilirliği bir yandan fotoğraf üretim alanında demokratikleşmeye yol açarken fotoğrafı da farklı dil arayışlarına yönlendirmiştir. 2008 yılından itibaren fotoğraf makinalarının, yüksek kalitede video ve ses kaydı yapabilen cihazlar haline gelmesinin ardından, bu cihazlar fotoğrafçıların aktardıkları hikayelere fotoğraf ve sesi de eklemelerine olanak vermiştir. Günümüzde foto muhabirlerinin bir kısmı kendilerini görsel hikaye anlatıcısı olarak tanımlamaktadır. İnternetin yarattığı olanaklar, foto muhabirlerini işlerini ortaya koyarken yeni dil arayışlarına itmektedir. Fotoğraf görsel bir dil olarak, değişen medyaya göre biçim değiştirmektedir. İnternet üzerinden

fotoğrafın sunumu ise bu alanın yarattığı olanaklar çerçevesinde belirlenmektedir. Bugün internet, geniş alanlara ulaşabilmesi, hızı, maliyetinin düşüklüğü ve interaktif yapısı ile geleneksel basın ve yayın organlarına meydan okumaktadır. Bir merkezden yönetilmemesi, kapsamı ve çok yönlülüğüyle foto muhabirlerinin gelirlerine kadar bir çok şeyi alt üst etmiştir.

İnternet bunun yanında foto muhabirlerinin işlerini nasıl ortaya koyacaklarını ve nasıl sunacaklarını da etkilemiştir. Günümüzde internet foto muhabirliğine yeni olanaklar ve platformlar sunmaktadır (Wattriss, 2010: 19). İnternetin fotoğrafın sunumuna ilişkin farklı potansiyeller taşıdığının anlaşılmasının ardından, foto muhabirliğinin bu alanda temsil edilmesinin öncülerinden biri, 1996 yılında The New York Times olmuştur. Gilles Peres'in, *"Bosnia: Uncertain Paths to Peace"* isimli çalışması, izleyicilere rehberlik eden linkler ile anlatıcı bir yolla sunulmuştur. Bu öngörülü çalışma bugünün internet koşulları için primitif sayılsa da, fotoğrafçının bir yazar olarak da rolünü arttırmasını sağlamıştır. Bugün foto muhabirleri izleyiciye ulaşmak için en uygun form ve yer konusunda sürekli düşünmektedir. (Ludtke, 2010: 5)

Günümüzde internet ortamında fotoğrafın en etkili sunum yöntemlerinden biri multimedyadır. Foto muhabirleri çoklu ortam sayesinde ürünlerinin sunumuna ses ve hareketli görüntüyü de katmışlardır. Farklı kurgu tekniklerinin ve anlatım biçimlerinin alana girmesiyle, anlatılan hikayeler zenginleşerek ilgi çekici hale gelmektedir. David Campbell multimedyanın görsel hikaye anlatıcılarına bir çok avantaj sağladığını savunmaktadır. Multimedya, fotoğrafçılara fotoğrafın sunumu konusunda önemli bir kontrol sağlarken, hikayeye odaklanmalarına ve daha fazla içerik üretmelerine neden olmaktadır. Görsel hikayenin anlamı, anlatının yapısı, fotoğraf ve video ile olduğu kadar yararlanılan ses ve metin aracılığıyla da yönetilebilir. Böylelikle foto muhabirliği, geleneksel medyanın sınırlandırmalarının üstesinden gelerek, uzun ve karışık hikayelerin, özellikle geleneksel medyayı tüketmeyen genç jenerasyona ulaşmasını sağlar ve insanların kendi seslerini kullanarak, foto muhabirliğinin objektiflik sorununun üstesinden gelir. (Campell, 2010)

BÖLÜM 5. BULGULAR VE YORUMLAR

Çizelge 1. **Katılımcılar**

Abdurrahman Antakyalı	Depo Photos
Arif Akdoğan	Haber Türk
Elif Özge Kızıl	Anadolu Ajansı
Emin Özmen	Magnum Photos
Kürşad Bayhan	140journos
Murad Sezer	Reuters
Sedat Suna	European Pressphoto Agency
Serra Akcan	Nar Photos
Tümay Berkin	Serbest
Ümit Bektaş	Reuters

5.1. Bulgular

5.1.1. Tanıma İlişkin Bulgular

Tarihsel süreç içinde fotoğraf, teknoloji ile karşılıklı bağımlılık içerisinde ilerlemiştir. Temel olarak foto muhabirliği terimi haberin görsel bir şekilde aktarılmasına karşılık gelir. Foto muhabirliği, tanımı ve mesleki sınırları kesin ve net çizgilerle belirlenmemiş olsa da tarihsel süreç içerisinde belirli kriterlere sahip olmuştur. Bu kriterlerin en başında *"çağına tanıklık"* gelmektedir. Fotoğrafın gerçekliği aktardığına ilişkin görüş erken zamanlarında ilk fotoğrafçıları fotoğrafla kanıtlama güdüsüne itmiş ve fotoğrafçılar dünyanın farklı coğrafyalarında farklı insan yaşamlarını, savaşları ve kültürleri fotoğraflamıştır. İlerleyen yıllarda bu güdü belgesel fotoğrafın ve foto muhabirliğinin temel misyonlarından biri haline dönüşmüştür. Diğer taraftan fotoğraf 1800'lü yılların sonundan itibaren toplumsal sorunları yansıtmak ve bu sorunları kitlelere aktararak çözüme katkı sağlamak amacıyla kullanılan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihsel süreçte farklı uygulama ve örnekleri ile birlikte fotoğraf toplumsal sorunlara dair söz söylemek için kullanılan bir araç halini almıştır. Böylelikle *"toplumsal sorumluluk"* belgesel fotoğraf ve foto muhabirliğinin bir diğer temel kriterlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Foto muhabirliği geleneği içinde oluşan bir diğer temel kriter ise *"anlatı"* ve *"estetik"* e ilişkin olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 1920'li yıllardan itibaren resimli dergilerin etkisiyle güçlenen fotoğraf anlatısı zamanla hikaye anlatıcılığına dönüşmüş ve foto muhabirliğinin özgün dilini medya olanakları çerçevesinde gelişimini sürdürmüştür. Ancak hem özelde

fotoğraf teknolojisinde hem de genel olarak görüntü aktarım ve dağıtım teknolojilerinde yaşanan değişimler foto muhabirliğine ilişkin tanımların ve foto muhabirlerinin sahip olması gereken niteliklerin değişmesine ve sayıca artmasına yol açmıştır.

Abdurrahman Antakyalı, mesleğe ilişkin bütüncül bir yaklaşım göstermektedir. İletişim alanında yüksek lisansının bulunması ve farklı üniversitelerde foto muhabirliği dersleri vermesinin yanı sıra yıllarca fotoğraf servisi yöneticiliği görevini üstlenmesi ve şu an kendi ajansını yönetiyor olması da konuya ilişkin derinlemesine bir bakış açısı sunabilmesini sağlamaktadır. Antakyalı, foto muhabirliği tanımını kısa ve net bir şekilde yapmaktadır: *"Foto muhabiri, haberleri fotoğraf vasıtasıyla aktaran insandır. İki kelimeden oluşuyor. Türkçeye çevirdiğimizde, içinde hem fotoğraf var hem de muhabirlik. Bu kapsamda foto muhabirinin gazeteciliğin temellerini ve evrensel kurallarını iyi bilmesi lazım, haberi iyi bilmesi lazım ki bununla örtüşen görseller üretebilsin."* Antakyalı, dinamikleri doğru şekilde hareket ettirildiğinde, foto muhabirliğinin basit bir iş olduğunu savunmaktadır. Bununla beraber bir foto muhabirinde bulunması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır: *Kendini adama, merak duygusu, sorumluluk duygusu, çalışkanlık, teknolojiye hakimiyet, entelektüellik, öykü anlatabilme yeteneği, hukuk bilgisi ve ticari zeka.*

Foto muhabirliğini çok farklı boyutlarıyla ele alan Antakyalı, foto muhabirlerinin taşıması gereken özellikleri şu şekilde aktarıyor: "*Sporundan magazinine, siyasetinden toplumsal olaylarına kadar her alanda gittim, çalıştım ve ürettim. Bir foto muhabirinde olması gereken birinci özellik; adama. Kendini bu işe adayacaksın. Bu anlamda, çok sevdiğim foto muhabirlerine baktığımda bir haberkoliklik durumu olduğunu görüyorum. Habersiz yaşayamıyorlar. Ne oluyor ne bitiyor algıları sürekli açık. Sürekli kafalarında senaryolar kuruyor, insanlara nasıl anlatabilirim, buradan öykü çıkabilir mi, insanlığa ne kadar katkı sağlar vb. bunların peşinde oluyorlar. Bununla ilintili olarak ikincisi; merak duygusu çok önemli. Çocuksu merakı hiçbir zaman bırakmamak gerekiyor. Çok iyi dinleyici olmalı; anlamalı ki insanlara doğru şekilde gösterebilmeli. Bir olaya gidiyoruz, çektiğimiz fotoğraf gazetede yayınlanıyor ve insanlar bizim gözümüzden o olayı anlamlandırıyor. Yarı tanrısal bir güç bu. Ama bunun içini doldurman gerekiyor. Sorumluluk duygusuyla hareket ederek, ne olup bittiğini orada olmayan insanlara mümkün olabildiğince gerçeğe en yakın şekilde aktarmalısın. Gerçek bir tanedir ama hiç kimse o gerçeğe tam*

yaklaşamaz. Foto muhabirliği de buna en yakın konulardan bir tanesi. Çok çalışkan olmak gerekiyor, merakın yanı sıra mesai saati kavramının olmaması gerekiyor. Dersine iyi çalışman gerekiyor, konuyu iyi anlamak için gittiğin topluluğu iyi anlaman için. Teknolojiye yakın olman gerekiyor çünkü foto muhabirliği iki kelimeden oluşuyor; fotoğraf çeken gazeteci dedik ya; bunun bir gazetecilik yanı olduğu kadar bir de fotoğrafçılık tarafı var. O da bir aletle yapılıyor. O alete hakim olman gerekiyor. Günümüzde bu daha da çeşitlendi; hesap kitap işlerini iyi bilmen gerekiyor çünkü serbest gazetecilik kavramında artık kadrolu olarak bir yerde çalışmayıp foto muhabirinin bütçesini kendisinin oluşturmasını dayatan bir zamanda yaşıyoruz. Foto muhabirinin, çektiğin fotoğrafı iyi değerlendirebilecek yetkinlikte ve entelektüel beceride olması gerekiyor. Şu an hele rekabet ortamının çok yoğun olduğu bir dönem. İnsanlar artık görsel bombardımana tabi tutuluyor. Görsel gürültü çağı diyorum ben buna. İnsanlar görüntülerden bunalmış durumdalar. 2016 yılında 1 trilyon fotoğraf çekildiği söyleniyor yapılan hesaplamalara göre. Bunu saniyeye böldüğümüzde 50.000-60.000 gibi rakamlar çıkıyor. Bu durumda sesimizi nasıl duyuracağız? İyi fotoğraflarımızı nasıl fark ettireceğiz? Yukarıda sıraladığım özelliklerle. Öykü anlatabilme becerisi gerekiyor. Kendi mesleğiyle ilgili moda akımlarını iyi takip etmesi gerekiyor. Hukuku çok iyi bilmesi gerekiyor, mesleğiyle ilgili. Foto muhabirlerine, survivor diyorum ben. Bir yere atılmışız ve yaşamamız gerekiyor ama yalnızca iyiler beceriyor bunu. Bol bol fotoğrafa bakması gerekiyor foto muhabirinin, yayınları çok iyi takip etmesi gerekiyor. Taklit için değil, ilham almak ve tekrara düşmemek için. Ayakta kalabilmek için birazcık da ticari olarak zekanın iyi işlemesi gerekiyor. Yapılan işleri ekonomik değer haline nasıl dönüştürebiliriz? Tabii ki yaptığımız iş insanlık için çok çok önemli bir şey. Yaptığımızın onurunu ve gururunu yaşıyoruz ama bu şekilde bir hayat geçmiyor. Evine ekmeği götüremiyorsun. Yine yaptığın işi yap ama bunu bir ekonomik model içerisinde projelendir. Bir şekilde geliri gelsin ki yine insanlara katkı sağlayabilecek başka bir iş için finansman yaratabilesin."

Sedat Suna, foto muhabirliğinin haber üzerinden gelen görsel bir refleks olduğunu belirtmektedir. Foto muhabirliğinin sadece fotoğraf çekmek olarak algılanmaması gerektiğini belirten Suna, spordan magazine kadar, geniş bir yelpazede çalıştığını belirtmekte ve yaptığı işi, *"olayları, ülke, dünya ve Avrupa gündemine uygun şekilde fotoğraflayıp anlatmak"* şeklinde tanımlamaktadır. Suna foto muhabirliği

tanımını yapmanın ve bununla beraber kesin net kriterler ortaya koymanın zor olduğunu söylemektedir, *"Gezi Olayları'nda dünyanın çeşitli yerlerinden bir çok gazeteci geldi, İstanbul'da beraber çalıştık. Ama birkaç fotoğraf dışında Gezi Olayları'nın sembolü olacak fotoğrafların hepsini foto muhabiri olmayan, bir yerde çalışmayan, bunu hobi olarak yapan fotoğraf meraklısı insanlar çekti. Bir yerde maaşlı çalışmamın beni foto muhabiri yapacağını düşünmüyorum. Kadrolu ya da hükümetin verdiği bir basın kartıyla ben gazeteci olmuyorum. Bunlar, Sadece bu işin prosedürü ve yasal olarak gerekli. Bunun değişkeni çok fazla. Örneğin, tomanın ve polislerin önünde gitar çalan adam fotoğrafı. Şimdi bunu çekene ne diyeceğiz? Fotoğraf meraklısı mı diyeceğiz? Fotoğrafı çeken benim bir arkadaşım ama hiçbir yerde çalışmıyor. Bir foto muhabiri gibi yaşamıyor. Foto muhabiri gibi gündem takip etmiyor ama gezinin en güçlü fotoğraflarından birini çekti. Geçen ay Almanya'da bir sergideydi. Ben buradayım diyor. Ama bu insan hiçbir şekilde bir basında çalışmıyor. Şimdi biz buna ne diyeceğiz? Bunu bir kalıba sokup foto muhabiri şudur diyemeyiz. Foto muhabiri, sabit maaşı olan, bir kurumda çalışmanın ötesinde derdi olan birisidir. Fotoğrafla bir şey anlatma, tanık olma derdi olan ve bunun üzerinden de bir şeyler gösterme ihtiyacını hisseden, sorunu olan birisidir foto muhabiri. Yoksa hepimizin sosyal ve normal hayatı var. Mesain bittiğinde saat 20:00- 21:00 da iş yerinden çağrılsan ayağı sürüyerek gidersin ama bu işte gece 02:00-03:00 de olsa, o olayın üzerine koşarak gidiyorsun. Foto muhabiriysen aman mesaim bitti şu, bu demiyorsun."*

Suna bu bakış açısıyla foto muhabirliğinin tarihsel olarak üstlendiği toplumsal sorumluluk misyonuna dikkat çekmektedir. Diğer taraftan Suna bu mesleği yaparken temel motivasyon kaynağının tanık olmak olduğunu belirtmektedir. Tanıklık da tıpkı toplumsal sorumluluk gibi foto muhabirliğinin temel değerlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır: "*Benim en büyük hassasiyetim bu konuda tanık olmak. Ben, direkt yaşadığım zamanın tanığıyım. Tanıklık beni işime fazlasıyla motive ediyor. O tanıklık üzerinden insanlara gördüğümü aktarmak da. Bu, kendi adıma söyleyeyim, işimin beni paradan da öte motive eden ve bu işle beraber yaşamamı sağlayan şey. Belki dışarıdan bakıldığında, oraya buraya gidiyor, geziyor gibi görünsek de, biz, en güzel ülke ya da en güzel şehrin bile en kötü olaylarına gidiyoruz. Oradaysam eğer, bu olayların kötülüğünden ve tehlikesinden geri adım da atmam. Gerçeği de en yalın, hiçbir yere çekmeden, gördüğüm şekilde ya da haber kaynağımla arama objektifimi koyup hiçbir*

şeyi değiştirmeden aktarmak, benim yapmaya çalıştığım şey." Suna foto muhabirliğine ilişkin kriterlerin değişebileceğini ancak haber üzerinden ortaya konan görsel üretme sürecinin temel olarak sorumluluk duygusu ve tanıklık misyonu ile gerçekleşmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Tanıklığın ve sosyal sorumluluğun dayanak noktası ise fotoğrafın gerçeklikle ilişkisi ve gerçekliği aktarma misyonudur. Bu çerçevede Suna için önemli olan tanıklık ve gerçekliği aktarma niteliğidir ve bunun dışında foto muhabirliğine ilişkin kesin kriterler konulamayacağını savunmaktadır.

Murad Sezer, foto muhabirliğini, *"haber amaçlı fotoğraf çekmek"* olarak özetlemektedir. Foto muhabirliğinin aynı zamanda belgelemeyi ve arşivlemeyi de içerdiğini belirten Sezer, etik bir çerçevede güncel olayları kayıt altına almak ve bunu belirli bir zaman çerçevesinde ortaya koymak olduğunu sözlerine eklemektedir. Sezer uzun soluklu işlerin ve zamana yayılmış çalışmaların da foto muhabirliği ile ilişkili olduğunu, ancak bu kapsamdaki çalışmaların belgesel fotoğrafın alanına girdiğini belirtmektedir. Sezer bu ayrımı şu şekilde dile getirmektedir: *"İşini belirli bir zaman çerçevesinde ortaya koymalısın. Zamana yaydığın an, o iş belgesele kayıyor. Yer ve zamanı kendin belirleyemiyorsun, ışığı, saati belirleyemiyorsun. Ben aslında kendi durumumuzu itfaiyecilere benzetiyorum. Yangın oluyor, yangına gidiyoruz. Nerede hangi koşullarda olduğunu seçme şansımız yok, zamanı seçme ve belirleme şansımız yok, nerede yangın varsa gidip söndürüyoruz. Geliyoruz ve hayatımıza hiçbir şey olmamış gibi devam ediyoruz"*. Sezer foto muhabirinin sahip olması gereken niteliklerin en başında entelektüel düzeyin geldiğini ve foto muhabirinin çok yönlü bir insan olması gerektiğini iddia etmektedir, "*Çok basit olacak ama foto muhabirinin, haber yazabilen ve fotoğraf çekebilen ve bu ikisini kendinde birleştiren birisi olması lazım. Tabi ki keşke yabancı dil bilse, keşke tarih bilse, keşke sosyoloji bilse, keşke din bilimi bilse. Aslında foto muhabirinin çok birikimli bir insan olması lazım. Çünkü haberde kimle ve neyle karşılaşacağını bilmiyor. Çok farklı etnik, milliyet ve din gruplarından insanlarla da muhatap olabilir. Çok farklı gelir düzeyinden insanlarla da muhatap olabilir. Çok yönlü bir insan olması lazım, bunu bulabilmek zaten zor."*

Katılımcılar arasında mesleki tecrübesi en az olan Elif Özge Kızıl'ın, foto muhabirliğine ilişkin idealist yaklaşımı dikkat çekmektedir. Kızıl'ın meslek tanımını yaparken dahi gündelik sıradan tanımlamalardan uzak durduğu, foto muhabirliğini felsefi, toplumsal ve estetik boyutlarıyla değerlendirdiği, sık sık empati ve toplumsal

kaygı gibi soyut kavramlar kullandığı gözlemlenmiştir. Kızıl foto muhabirliğini, *"Dünyanın iki farklı ucunda yaşayan, birbirlerinden tamamen farklı iki insanın bile birbirleri ile empati yapmasını, birbirlerinin acılarını ya da sevinçlerini paylaşmasını sağlayan sihirli bir değnek"* olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda, "*Sorumluluk duygusu", "hayata–bakış açısı", "empati yeteneği" ve "toplumsal kaygı",* bir foto muhabirinin sahip olması gereken özellikler olarak öne çıkmaktadır, "*Foto muhabirliği, içinde bir kaygı barındıran, bir şey söyleme ihtiyacı duyan, sözünü söyleyemeyen insanların sesi olmak isteğini taşıyan ve kendinde bu sorumluluğu hisseden insanların yapabildiği bir meslek. Gerçekten fotoğrafın inanılmaz bir etkisi ve gücü var insanların üzerinde. O nedenle yaşanılanı olduğu gibi aktarmayı da seçebilir gücü elinde tutan, manipüle etmeyi de. Ben foto muhabirinin bir aracı olduğuna inanıyorum, yaşanılanı tüm gerçekliği ile en etkili şekilde ileten kişi. Bu mesleğin ön yargılar ve bireysel hırslar uğruna yapılabileceğine inanmıyorum. Hayata dair bir derdi, kaygısı olan, kendi sesinden çok başkalarının seslerinin derdine düşen insan yapabilir bence bu mesleği. Yani hayatta bir bakış açısı olması gerekiyor, toplumsal kaygılarının olması gerekiyor, dünyayı takip edebiliyor olması gerekiyor. Empati sahibi olabilmesi gerekiyor. Bu çok önemli benim için. Fotoğraf benim kimliğim, benim kendimi ifade edebilme biçimim ve bunu bir şekilde başkalarıyla paylaşmaya ve başkalarının sesi olmaya çalışıyorum."* Kızıl'ın bu bakış açısı 1900'lü yılların başlarında Amerika'da ortaya çıkan *"Toplumsal Belgeci Fotoğraf"* yaklaşımı dahilinde ele alınabilir. Toplumsal belgeci fotoğrafın temel güdüsü, toplumsal sorunlara tanıklık ederek bunları toplumun geri kalanına aktarmak diğer taraftan bu sorunların çözümüne katkı sağlamak olarak özetlenebilir. Bu yaklaşım dahilinde hümanizma kavramı öne çıkmaktadır. Kızıl'ın foto muhabirliği tanımındaki empati ve insani yaklaşım da bu çerçevede ele alınmalıdır.

Emin Özmen, foto muhabirliğini bir tanımla sınırlandırmak istemediğini belirtmektedir ancak kendi bakış açısından kısaca, *"yaşadığımız dünyanın ve bugünün görsel yansımalarının adı"* olarak adlandırarak, foto muhabirliğinin tanıklık boyutuna dikkat çekmektedir. Özmen yaptığı işi şu şekilde yorumlamaktadır, *"Foto muhabirliği, üzerine uzun uzun konuşabileceğimiz bir şey. Kendimi foto muhabiri olarak tanımlıyorum. Bu günü, yaşadığımız günü, yaşadığımız dünyayı değerli buluyorum ve bunu kamerayla belgelemeye çalışıyorum. Foto muhabirliğini, insanlara bilgi aktarmak, bir tartışma ortamı yaratabilmek ve güncel olaylara dikkat çekebilmek için*

bir enstrüman olarak kullanıyorum. Aynı zamanda sonraki nesillere bırakacak belgeler olarak düşünerek, fotoğrafın peşine düşünüyorum." Özmen'e göre bir foto muhabirinin her şeyden önce bir vizyonu olmalıdır. Yaşadığı dünyayı ya da içinde bulunduğu coğrafyayı ve bu coğrafyadaki yaşam biçimlerini merak etmesi, sorular sorabilmesi ve gerek bu soruları sorarken gerekse bunların yanıtını ararken, karşısına çıkan anları, belirli bir disiplinle görselleştirebilmesi gereklidir. Özmen ayrıca estetik boyutuna dikkat çekerek foto muhabirliğini, *"sanatla gazeteciliğin buluştuğu yer"* olarak gördüğünü belirtmektedir.

Serra Akcan, foto muhabirliğinin yıpranma payı çok yüksek bir meslek olduğunu, fedakarlık gerektirdiğini ve buna bağlı olarak mesleğe tutkuyla bağlı olmak gerektiğini iddia etmektedir. Akcan diğer taraftan foto muhabirliğinin sadece fotoğraf çekmekle sınırlı olmadığını ve işin entelektüel boyutunun da en az teknik beceri kadar önemli olduğunu savunmaktadır. Akcan foto muhabirlerinin dürüst, bilgili, donanımlı ve yeniliğe açık olması gerektiğini vurgulamaktadır. *"Foto muhabirinin çalıştığı konu ile ilgili bilgili olması gerekiyor, mesele sadece fotoğraf çekmek değil. Araştırmasından, iletişim kurmaya kadar her noktada donanımlı ve bilgili olmak gerekiyor. Yaşadığım coğrafyanın ekonomisini, kültürünü, politikasını, neler oluyor, neler bitiyor bunları takip etmek gerekiyor. Bana göre gerçekten bu işi yapmak için tutkulu olmak gerekiyor, sevmek gerekiyor. Sevmeyen bir insan bu işi çok zor yapar. Çok fedakarlıkta bulunulması gereken bir meslek. Saati yok; ne zaman çalışacaksın, ne zaman çalışmayacaksın bilmediğin için her zaman hazır olmak zorundasın, araştırmak zorundasın, bilgili olmak zorundasın, sürekli kendini yenilemek zorundasın. Bitmeyen bir döngü bu."*

Tarafsız olunabileceğine inanmadığını belirten Akcan, foto muhabirinin dürüstlüğünün önemli olduğunu vurgulamaktadır. Dürüstlük de yine tanıklık gibi fotoğrafın gerçeklikle ilişkisi itibarı ile tarihsel süreçte ortaya çıkmış ve foto muhabirliğinin temel düsturlarından biri halini almıştır. Bu nokta özellikle dijital fotoğraf ve yeni medya içinde çok farklı boyutlar almaktadır. Gerek fotoğraflar üzerindeki manipülasyonun kolaylaşması noktasında bizzat fotoğraftaki gerçekliğe müdahale edilmesi, gerekse özellikle sosyal medya ortamlarında fotoğrafların dezenformasyon amacıyla kullanılması, foto muhabirlerinin güvenilirliğini sarsmaktadır. Akcan, foto muhabirinin çalıştığı medya kuruluşunun ideolojik yapısının

da foto muhabirinin dürüstlüğü noktasında problematik bir durum yaratabileceğini belirtmektedir, "*Dürüst olmak gerekiyor. Galiba her şeyden önce kendine dürüst olman gerekiyor. "Fotoğraflar gerçeği yansıtıyor mu, yansıtmıyor mu?" derler ya. Fotoğraflar yalan söylemez, fotoğrafçılar yalan söyler diye de bir söz var. Tarafsız olunabileceğine inanmıyorum ama o tarafsızlığın en azından dürüst olarak, fotoğrafa yansıtılabileceğine inanıyorum. Şöyle ki çalıştığımız konular eninde sonunda bir mecrada yayınlanıyor. Eğer kendi olanaklarınız, kendi paranız, kendi sermayeniz yoksa bunu bir yerde yayınlatmak zorundasınız. Gazetede ya da dergide... O yayın kuruluşunun ideolojik görüşü ne ise, fotoğraflar ona göre de yayınlanıyor olabilir. O yüzden fotoğrafçı istediği kadar dürüst ve net bir şekilde konuyu çalışsın, bunlara da dikkat etmesi gerektiğini düşünüyorum. Ama bir kuruma bağlı çalışıyorsan bunu nereye kadar kontrol edebilirsin o ayrı bir durum. Ekonomik boyutları var. Bir de sonuçta bir yere iş üretiyorsan eninde sonunda ürettiğin işler o yerin sözü oluyor."*

Akcan bu tanımlamalar dahilinde foto muhabirinin entelektüel düzeyine ve çalıştığı konuya ilişkin dürüstlüğüne dikkat çekmektedir. Dürüstlük ya da farklı boyutuyla tarafsızlık foto muhabirinin sahip olması gereken temel niteliklerden biridir. Gerçeği aktarıyor olma iddiası foto muhabirliğinde tanık olma durumunun ardından dürüstlük niteliğini de beraberinde getirmektedir.

Arif Akdoğan foto muhabirlerini, *"tarihe iz bırakan kişiler"* olarak görmektedir. Foto muhabirlerinin üretimlerinin yıllar içinde tarihsel bir belge konumuna geldiğini vurgularken, bu noktada arşivin çok önemli olduğunu belirtmekte ve bu durumun foto muhabirliğine olan bağımlılığını ya da hayranlığını arttıran bir nokta olduğunu ifade etmektedir. Akdoğan geçmişten bu yana foto muhabirliğini gazetecilikte en zor alanlardan biri olarak görmekte, yükünün çok ağır olduğunu ve çileli bir meslek olduğunu ifade etmektedir. Buna bağlı olarak foto muhabirliği yapacak kişinin en başta bu mesleği sevmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Akdoğan foto muhabirliğine ilişkin en sevdiği tanımın, *"Herkesin kaçtığı yöne doğru koşan kişi"* olduğunu belirtirken mesleğin risklerini vurgulamaktadır, *"Bir olay varsa ya da bir patlama olduysa, herkes oradan kaçarken siz oraya koşmak zorundasınız ve koşarken orada başınıza ne geleceğini düşünmez sadece çekeceğiniz fotoğrafı düşünürsünüz. Ben bunu en son Ankara'daki Ekim patlamasında yaşadım. Patlama haberini aldıktan sonra gittiğimde, araba belirli bir yere kadar ulaşabilmişti. Bütün insanlar oradan kaçıyordu ve oraya*

koşan 2-3 kameraman ve foto muhabiri vardı. Bunu yaptıran ne? Açıkçası sürekli yeni bir şey peşinde olmak ve yeni bir şey çekmek isteği. Yeni bir şeyler yakalama heyecanı bizi herkesin kaçtığı yere koşmaya iten güdü. Bu sadece toplumsal olaylarla alakalı bir şey değil. Farklı olanı yakalamaya çalışan insan olarak görüyorum ben foto muhabirlerini."

Akdoğan foto muhabirliğinde entelektüel birikimin önemine dikkat çekmektedir. Okumanın ve gündemi takip etmenin foto muhabirlerinin iş kalitesinin arttırmak adına çok önemli olduğunu belirten Akdoğan, diğer taraftan yazma yeteneğinin de en az fotoğraf çekmek kadar önemli olduğunu iddia etmektedir.

Akdoğan foto muhabirliğinin oldukça stresli bir iş olduğunu, foto muhabirlerinin stresle başa çıkabilme ve olaylar karşısında sakin kalabilmesinin çok önemli olduğunu belirtmektedir, *"Açık konuşmak gerekirse eskiden çok iyi foto muhabiriyim derdim kendime. Gündemi iyi takip ederim, çok okurum. Fotoğrafa konu olan kişilerin, olayların geçmişini öğrenmeye çalışırım. Ancak Gar Patlaması benim dönüm noktalarımdan biri oldu. Savaş muhabirliği bambaşka bir şey. O cesareti göstermek, ilişkiyi kurmak, orada ayakta kalmak beceri ister. Takdir ediyorum. Biz Ankara'da 101 tane insanın yerlerde yattığını gördük. Gencecik insanların, kanlarının aktığını gördük. Cesetler paramparça olmuştu. Bir savaş muhabirinin bile savaşta kolay kolay görebileceği şeyler olduğuna inanmıyorum. Patlama yerine gittiğimde inanamadım. Ama çalışıp bir şeyler çekmek zorundasınız. Yerde bir kalp gördüm. Gördüğüm şeyin kalp olduğuna inanamadım başta. Ona basmamak için kendimi uzaklara attım. İnsanlar, ambulanslar, bağıranlar, ağlayanlar... Belli bir yerde dayanamadım. Fotoğraf çekmeyi bırakıp saçlarımı çekmeye başladım kendime gelmek için. Zaten bir taraftan ağlıyordum. Orada Arif'in iyi bir foto muhabiri olmadığını düşündüm. Çünkü etrafıma bakınca foto muhabirlerinin hızlı bir şekilde, inanılmaz dinginlikle, soğukkanlılıkla işlerini yaptığını gördüm. Ben orada bitmiştim. Kendime gelmek için saçlarımı çekiyordum. Çok ağır bir şey yaşadım. Çektim mi? Çektim. Anlattım mı? Anlattım, yazdım ama soğukkanlı kalamadım. Bence bu bir foto muhabirinde bulunması gereken özellik. Soğukkanlı olamadığım için kendimi iyi bir foto muhabir olarak tanımlamıyorum."*

Akdoğan foto muhabirliği mesleğinin tutkuyla bağlanılan bir meslek olduğunu ancak diğer taraftan mesleki deformasyonun çok yüksek olduğunu ifade etmektedir. Çalışma koşullarının ağırlığı, mesai mefhumunun olmayışı, karşılaşılan olayların zorluğu bu mesleki yıpranmayı oluşturan etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kürşad Bayhan, üretimleri ve fotoğrafa ilişkin yaklaşımı ile foto muhabiri ve belgesel fotoğrafçı kimliğini bir arada barındırmaktadır. Bayhan fotoğraflarını yalnızca gazete ya da medya platformlarında yayınlamamakta, yapmış olduğu uzun soluklu işleri sergi ve kitap gibi olanakları kullanarak insanlara ulaştırmaktadır. Bayhan'ın foto muhabirliğine ilişkin yaptığı tanımlamalarda da insan odaklı çalışmaya, empati kurabilmeye, insanların sorunlarını dile getirmeye ilişkin noktalar ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda Bayhan foto muhabirini, *"Hayatının merkezinde fotoğraf olan, problemlerini fotoğrafla dile getirmeyi tercih eden, foto muhabirliğini meslek olarak görmeyip hayat biçimi olarak kabul eden, fotoğrafa tutkulu, bunu hasbelkader bir yayın organında yapan, derdini anlatmayı medya yolu ile anlatmayı tercih eden, freelance de çalışabilen kişiler"* olarak tanımlamaktadır.

Bayhan için foto muhabirinin en başta sahip olması gereken özellik empati kurma yeteneğidir. Bayhan fotoğrafı önemli bir anlatım dili olarak görmekte ve bu doğrultuda, foto muhabirinin insan odaklı hareket etmesi ve insanların sorunlarına çözüm araması gerektiğini iddia etmektedir. Bayhan Magnum fotoğrafçılarından Paolo Pellegrin'le arasında geçen diyaloğu şu şekilde aktarmaktadır, *"İstanbul'da bir workshop olmuştu. Pellegrin ile konuşmuştuk. Dedim ki "foto muhabirinin en önemli özelliği nedir?" "İyi bir insan olması lazım." dedi. İyi bir insan olmadan insanları anlayamaz ve iyi bir fotoğraf çekemezsin. Teknik özellikler, öğrenebileceğin şeyler ama empati kurmak daha önemli. Ben hep şunu yaşamaya çalıştım. Bazen yeri geldi fotoğraf çekmedim. Çünkü iyi bir insan olmaktan ödün vermek istemedim ve empati kurmaya çalıştım. İnsanların yaşadığı durumu anlamaya çalıştım ve o duruma göre konumlandırmaya çalıştım kendimi. Bazen bu durum fotoğraf çekmemeyi ya da uzakta kalmayı gerektirdi. Bunu yapabilen kişiye foto muhabiri diyebiliriz."* Bayhan bu anlayışla, ortaya koyduğu işlerini yaparken fotoğrafa tutku ile bağlı olduğunu ve foto muhabirliğini meslek olarak görmediğini vurgulamaktadır. 8-9 yıl büyük bir tutkuyla çalışarak ortaya çıkardığı ve kendisine dünya çapında ün kazandıran kitabını babalık deneyimi ile benzeştiren Bayhan, kitapla birlikte fotoğraf yaklaşımını yeniden

konumlandırdığını ve kitabın kendisi için dönüm noktası olduğunu belirtmektedir. Kendisini görsel hikaye anlatıcısı olarak tanımlayan Bayhan, uzun soluklu çalışmaları görsel anlamda araştırmacı gazetecilik olarak yorumlamaktadır. Bayhan bu süreci şu şekilde aktarmaktadır, *"Benim kırılma noktam var fotoğrafla ilgili. Bu baba olduğunuzda hayatınızdaki kırılma noktası gibi bir şey. Benim en önemli deneyimim; "Evden Uzakta" adlı kitabım. Ben o kitabı çok büyük bir tutkuyla yaptım. Nereden baksanız üzerine 8-9 yıl çalıştım. Çok sistematik değil ama belli dönemlerde çalıştım. Kitabı yayınladıktan sonra çok kişiyle de mücadele etmek zorunda kaldım. Çünkü editöryal bir baskı var. İnsanlar etrafınızda bu öyle değil, böyle gibi eleştirilerde bulunuyorlar ama bir şeye inanıyorsanız ona devam etmek zorundasınız. Tutkulara inanma ve kendine güvenmenin başarıyı nasıl getirdiğini gördüm. Çok küçük bir yerden çıktı bu hikaye ve bakınca dünya çapında başarılı oldu. Kitabın önemli bir dönüm noktası olduğunu gördüm ve fotoğrafı konumlandırdım kendime göre. Bundan sonra ne yapacağım, nasıl hareket edeceğim, fotoğraf anlamında dönüm noktalarım ne olacak? Hikayeler peşinde mi koşacağım yoksa uzun soluklu işler yapıp kitap endeksli mi çalışacağım? Ben ikincisini tercih ettim. Tabi beni ilgilendiren konu üzerinden yapıyorum ama hep makro açıdan bakıyorum. Makinemi alıp sokaklarda fotoğraf çekmiyorum artık. Sergiler çok önemli. Sergi peşinde koşuyorum. Fotoğrafta geldiğim nokta böyle. Şu an üzerinde çalıştığım projemi 2023 ya da 2024'te yayınlayacağım. Diğer çalışmalara bakıyorum 10 yıl çalışılmış, 20 yıl çalışılmış. Bir yıl çalışılıp çok güzel olan çalışmalar da var ama yakalamakla alakalı konuyu. Genelde bakıyorum kitaplara. En küçük çalışma 5-6 yıl. 1-2 yıl olan çalışmalarda bence başarı yeterince oluşmuyor o yüzden uzun soluklu işler yapmak istiyorum. Hem görsel hikaye anlatıcılığı hem de açıkçası kitap anlamında da araştırmacı gazeteciliğin biraz daha görsel anlamını ortaya koyuyorum. Türkiye'de çok fazla sosyal konu var üzerine düşünülmesi gereken. Biz bunu görselleştirmiyoruz. Ben bunu bir şekilde görselleştirmeye çalışıyorum ama kendim odaklı. Tabii ki her şeye yetişemeyiz. İstanbul' da oturuyorum. Çok fazla seyahat edemiyorum. Maddi anlamda çok büyük sıkıntılar var. Başka bir ülkeye gidemezsiniz çok fazla ama İstanbul'daki bir şeyi yapabilirim ve bunu makro ölçekte yapabilirsem ve globalde de bunu bir yerinden tutabilecek bir nokta bulursam başarılı olabilirim. İlkinde yaptım bunu. Şimdi neden olmasın? Çevre bunlardan biri.*

Bütün dünyayı ilgilendiren bir konu ve şu an İstanbul'un kuzeyinde çok büyük bir çevre felaketi var. Bu insan ve politik odaklı yaşanıyor."

Bayhan bir taraftan foto muhabiri olarak çalışmakta diğer taraftan kendi özel projelerini, uzun soluklu ve belgesel fotoğraf yaklaşımı dahilinde ortaya koymaktadır. Çalıştığı kurumda gündemi takip etmekte ve üretimlerini bu şekilde ortaya koymakta ancak diğer taraftan uzun soluklu belgesel projelerini kitap ve sergi gibi farklı sunum olanaklarını değerlendirerek gerçekleştirmektedir. Belgesel fotoğraf ve foto muhabirliği arasındaki temel fark, Bayhan'ın çalışma biçiminde ortaya çıkmaktadır. Gündeme dair, zaman sınırlaması olan olaylar foto muhabirliğinin alanına girip belirli bir zaman çerçevesinde ortaya konurken, diğer taraftan çevre sorunları, göç gibi olgular ve toplumsal sorunlar bir yandan foto muhabirliğinin konusu olmakta ancak belgesel fotoğrafın anlatım diline daha yakın, derinlemesine ve uzun süre çalışılması gereken konular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ümit Bektaş, foto muhabirliğini, haber niteliği taşıyan olayların kamuoyunu bilgilendirmeye ve bilinçlendirmeye yönelik olarak bir biçimde görsel olarak aktarılması şeklinde tanımlamaktadır. Bektaş mesleği tanımlarken temel olarak fotoğrafçı kelimesini kullanmakta ve bu işi yapmak isteyenlerin fotoğraf eğitimi almış olmasının avantajlı bir durum yarattığını ve foto muhabirlerinin en başta fotoğraf tekniğine hakim olması gerektiğini savunmaktadır. Bektaş foto muhabirlerinin yerel ya da uluslararası boyutlarda çalışsa da çok geniş bir yelpazede niteliklere sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Ancak foto muhabirlerini temelde haber niteliği taşıyan olayları fotoğraflayıp, yayın organı aracılığıyla halka buluşturan kişiler olarak görmekte ve şu tanımı yapmaktadır: *"Gazete fotoğrafçısı, fotoğrafın teknik yönlerini bilen ve bunu kamuoyunu bilgilendirme misyonuyla birlikte haber niteliği taşıyan fotoğraflarla topluma yansıtan kişidir."* Bektaş foto muhabirinin fotoğraf bilgisine sahip olması ve gazetecilik eğitimi almış olmasının gerekliliklerine dikkat çekmektedir. Diğer taraftan entelektüel kişilik, birikim ve çalışkanlık, Bektaş'ın foto muhabiri tanımlamasında önemli yer tutmaktadır, *"Özelde iyi fotoğraf çekmesi, çalışkan olması gerekir. Tembellik kaldıran bir iş değil. Bazen günlerce bekliyorsun, gece gündüz çalışıyorsun. Foto muhabiri memur zihniyetinde olmamalı. Olaylardan haberdar olması ve okuması gerekiyor. Fotoğrafçılık eğitimi almasını tercih ederim, basın yayın eğitimi almasındansa. Çünkü gazetecilik entelektüel bir kişilikle de elde edilebilir ama*

fotoğrafçılık daha eğitim gerektiren bir şey. Ben yapamadım ama isterdim ki bundan sonra foto muhabirleri daha çok fotoğrafçılıktan gelsinler. Yabancı dil bilmesi bence önemli. Okuyan ve fotoğraf bakan kişiler olmalı. İnternetle birlikte habere ulaşım da kolaylaştı. Dünyadaki örneklerini rahatlıkla görebiliyorsun ve dolayısıyla bu çerçevede kendini geliştirebilirsin. Kopyalamayan ama esinlenen bir tarzı olması gerekiyor."

Tümay Berkin foto muhabirliğini, belirli bir dünya görüşü çerçevesinde ve yaşam biçimi dahilinde, kişinin yaşamsal birikimini ortaya koyarak olayları üçüncü göz mantığıyla belgelemesi olarak tanımlamaktadır. Fotoğrafın teknik yönlerinin ve gazetecilik kurallarının bilinmesinin önemine dikkat çeken Berkin, yaşanan olayların geleceğe birer belge olarak aktarılmasının önemine vurgu yapmaktadır. Serbest foto muhabirliği yapan Berkin, foto muhabirinin bağımsız ve tarafsız olması gerektiğini ifade etmektedir. Berkin tarafsızlığı şu şekilde sağlamaktadır, *"Ben bağımsızım. Bir dünya görüşüm var ama maçı sahadan izlememeye çalışıyorum. Sahanın içinde olduğun zaman ister istemez içinde bulunduğun tarafın duygularıyla ve oradaki sıcak gelişmelerle iç içe olacaksın. O seni bir tarafa yönlendirecektir. O yüzden olaylara üçüncü gözle bakmaya çalışıyorum. Şuna dikkat ediyorum, mesela bir aktivist değilim. Gazetecilik ilişkilerimi de ona göre düzenleyip işimi yapmaya çalışıyorum. Şimdiye kadar da sipariş bir fotoğraf çekmedim. İlettiğim fotoğraflarda da bu anlamda bir sıkıntı yaşamadım. Bunu geçmeyelim gibi. Öyle bir şey yaşasam tepki verir ilişkilerimi sorgular, anında keserim. Mesleğe de bakışım bu."* Berkin bu bakış açısıyla foto muhabirinin tarafsızlığına dikkat çekmektedir.

Bu görüşler çerçevesinde foto muhabirliğine ilişkin tanıklık ve sorumluluk duygusunun öne çıktığı gözlemlenmiştir. Foto muhabirliği geleneği içerisinde oluşan bu yaklaşımların günümüzde hala foto muhabirliğinin düşünsel temelini oluşturduğu görülmektedir. Diğer taraftan kendini mesleğe adama, entelektüel birikim, gazetecilik mesleğinin etik değerlerine sahip olma gibi nitelikler de katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Ayrıca dijital medyanın getirileri ile birlikte foto muhabirlerinin farklı nitelikleri de kişiliklerinde barındırmaları gerektiği düşünülmektedir. Günümüzde serbest çalışan foto muhabiri sayısı giderek artmaktadır. Özellikle serbest çalışan foto muhabirleri açısından, üretilen işlerin kalitesinin yanı sıra bunların sunumu ve medya kuruluşlarına pazarlanması ya da fonlanması adına farklı ticari yaklaşım ya da modellerin ortaya konması önem kazanmaktadır. Foto muhabirlerinin mesleki

üretimlerini devam ettirebilmek, piyasada ayakta kalabilmek ve yaşamlarını sürdürebilmek adına ticari modeller oluşturması da önem kazanmaktadır. Özellikle dijital ortamda fotoğrafın kolayca paylaşılabiliyor olması telif haklarına ilişkin sıkıntıların da artmasına yol açmaktadır. Çalışma sırasında bir çok katılımcı tarafından da dile getirilen bu durumu aşmak adına, foto muhabirleri fotoğraf takibi yapmalı, telif haklarına ilişkin hukuk bilgisine sahip olmalı ya da alanın uzmanı bir hukukçuyla çalışma yollarını aramalıdır.

5.1.2. Dönüşüme İlişkin Bulgular

Dijital teknoloji foto muhabirliği alanında dramatik bir dönüşüm yaratmıştır. Tarihsel olarak bakıldığında dijital öncesi gerçekleşen teknolojik gelişmelerin yarattığı değişimlerin hiç birinin foto muhabirliği alanını dijital teknoloji kadar etkilemediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Gelinen noktada fotoğrafın üretim ve tüketim süreçlerinde yaşanan dönüşümün, foto muhabirliği üzerindeki derin etkisi katılımcıların tümü tarafından kabul edilmektedir. Katılımcılar, dönüşümün olumlu-olumsuz etkilerini farklı bakış açılarıyla değerlendirmektedir.

Antakyalı, foto muhabirliği ve teknoloji ilişkisini, "*okun yaydan çekilmesi"* olarak yorumlamaktadır. Her yeni teknolojide önce bir gerileme ya da tereddüt yaşandığını ancak foto muhabirlerinin kendilerini buna adapte ederek bir çıkış noktası bulduğunu ifade etmektedir. Antakyalı, fotoğraf teknolojisinde dijital teknolojiye kadar yaşanan gelişmelerin uzun yıllar temel mantık açısından çok büyük değişimlere yol açmadığını ancak dijital teknolojinin hayati dönüşümlere yol açtığını savunmaktadır, "*Teknolojiler arasında en ağır işleyenler arasında fotoğraf teknolojisi. Bir kutunun içerisine bir solüsyonlu maddeyle levhaya fotoğraf çekiyorlardı, daha sonra levha cam oldu. Değişse de kutu aynı. Ondan sonra bir fotoğraf makinesi yapıldı. Leica'nın yaptığı ilk fotoğraf makinesini şimdi getir, içine aynı o filmden koy, o makine yine de bir işlev görüyor. Fotoğraf teknolojisi 1990'ların başına kadar böyle geldi. O kadar ağır bir değişim var ki 1970 ile 1980 arasında çok büyük fark görmüyorum. Onun dışında, 1900'lerin başı diyeyim de yanıltmayayım, tele foto cihazı vardı. İlk görüntü aktarımı Amerika'da bir uçak kazasından bu makineyle gerçekleştiriliyor. Şimdi o aletin ben foto muhabirliğine başladığım 1989 yılında benzerini kullandım. 1990'lara gelene kadar bu cihazlar kullanıldı. Ondan sonra kart baskı denilen olay ortadan kalktı. Kart basıp o cihazlara taratarak geçiyorduk telefon hatlarıyla. Yine telefon hatları kullanılmaya*

başlandı ama filmle. Ondan sonra dijital teknoloji geldi. Ben ona ilk başta heyecanla yaklaşsam da, geçmeyen birisiydim çünkü çözünürlükler çok yetersizdi. 100 kilobayt 200 kilobaytlık. Filmle çekmeye devam ettim, çözünürlükte de minimum 6-7 milyon piksele gelirse oradan başlarım diyordum ki geldi, 2000'li yılların başında dijitale geçtim."

Antakyalı 1980'li yıllarda foto muhabirliğine başlamış bir kişi olarak karanlık odada kart bastığını, fotoğraf geçebilmek için o dönemin teknolojisini kullandığını vurgulayarak 1960'lı yıllarda da sürecin aynı şekilde gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu sebeple fotoğrafta yaşanan dönüşümün dijital öncesi ve dijital sonrası olarak adlandırılması gerektiğini savunmaktadır, "*Kimisi değişimi Amerika'daki Life dergisinin kapanmasıyla falanda ilişkilendirebilir. Oradaki durum reklam gelirinden öte… National Geographic'in iki sayfa reklamının 1 milyon doları bulduğu dönemler oldu Life kapandıktan sonra. Life'a çok talep olduğu için dağıtımını yapamadılar. Her yere postayla gönderiliyor, kargo ücretinde artışı oldu. Bunlar etkileyince Life yaşar mıydı? Yine yaşardı. O zaman ticari olarak zirvede bıraktılar. Hala da geri dönüp bunları konuşuyoruz ama dijital öncesi ve dijital sonrasında ciddi değişimler yaşandı. Dijitalle beraber foto muhabirlerinin işleri çok kolaylaştı, fotoğraf çekimi, basımı, dağıtımı törensel olmaktan çıktı daha pratik bir hal aldı."*

Antakyalı, dijital teknolojinin yarattığı dönüşümün fotoğrafın demokratikleşmesi, pazarlama, iş hukuku, finansman, medya ve diğer teknolojilerle ilişkisi gibi boyutlarına da dikkat çekmektedir, "*Foto muhabirliği demokratikleşti dijital teknoloji ile beraber. Yeni isimler yaptıklarını rahat göstermeye başladı. Sadece iyi fotoğraf çekmekle ayakta kalamıyorsunuz. Bütçe oluşturmaktan, moda akımlarını takip etmeye kadar, kompakt bir foto muhabiri olursanız bu yeteneklerle beraber daha iyi mesafe alıyorsunuz. Artık fotoğraf çeken bir kişinin çok iyi bir editöre ihtiyacı var, kendisini çok iyi pazarlayacak birisine ihtiyacı var. Biz profesyoneliz. Profesyonel nedir? Foto muhabirliği profesyonel bir meslektir ve foto muhabiri yaptığı işten gelir elde etmeli. Yaptığı işten gelir elde eden kişi profesyoneldir. O mesleğin etik kurallarıdır, diğer dinamikleridir bunlara uygun çalışan, standartlar çerçevesinde çalışan kişi profesyoneldir. Benim mesleğim bu diyorsun ama ekonomik bir çöküşle beraber para kazanmadığın zaman fotoğraf çekmenin sürdürebilirliği yok. Ya da başka bir iş yaparken bunu da yapacaksın; diğer türlü hayatta kalabilmen mümkün değil.*

Teknolojik bir olaydır fotoğraf. İçerik çok fazla değişmiyor aslında, ana içeriğimiz aynen kalıyor." Antakyalı dijital teknoloji ile birlikte farklı bakış açılarının ve farklı yaklaşımların ortaya çıktığını belirtmektedir. Ancak dijital teknolojinin yarattığı değişimi fotoğraf makinesinin ya da internetle birlikte iletişim ortamının değişmesiyle sınırlanamayacağını iddia etmektedir, "*Dijital teknolojinin foto muhabirliğinin pazarlamasından, finansına, iş hukukuna kadar çok büyük etkileri oldu. İşte her şeye dönüşüm sağlayan medya şirketleri bu dönüşümü beceremediler. Şu an herkes bir yol bulmaya çalışıyor. Editörlerin işi bir yandan kolaylaşırken diğer taraftan zorlaştı. Yayın organları açısından baktığımızda fotoğraf sayısı arttı. Eskiden daha kısıtlı sayıdaki fotoğraf arasından en iyiyi bulmak için uğraşırlarken şimdi çok alternatifli bir şeyden iyiyi kaçırmamaya çalışıyorlar. Medya kuruluşlarının maliyetleri düştü ama bu maliyeti karşılayabilecek güç noktasında bazı sıkıntılar oldu. Foto muhabirlerinin bu ortamda yeni projeler yapmaları, gelir arttırıcı modeller üzerinde durmaları lazım."*

Bektaş dijital teknolojinin yarattığı dönüşümü fotoğraf aktarımının hızlanması, internetin yaygınlaşması, fotoğraf üretiminin kolaylaşması ve medyadaki dönüşüm başlıkları altında ele almaktadır. Dijital teknoloji öncesinde bir haberin fotoğrafını servise ulaştırmanın zorluklarından bahseden Bektaş, bu sürecin saatler alabildiğini ancak dizüstü bilgisayarlar ve dijital teknoloji ile birlikte bu sorunun ortadan kalktığını belirtmektedir, *"Dijitalden önce bilgisayarın dizüstü hale gelmesi bizi etkiledi. 1990'larda mesleğe başlayan biz gazeteciler bunu direkt olarak gördük. İlk laptoplar sadece haber yazmak içindi, fotoğrafta kullanmıyorduk. 1995'te mesleğe başladığımda faks cihazının renklisi bir alet vardı, onunla gezerdik. Sonra onun yerini laptoplar aldı, daha sonra da dijital fotoğraf makineleri çıktı. Erbakan'ın Libya'ya Kaddafi ile görüşmesine gittiğimde, yanımda lifaks makinesi ve analog fotoğraf makinesi vardı. Görüşme çölde gerçekleşti, oradan geri başkente döndük. Filmleri banyo ettim. Karanlık bir yerde, onu spirale sararsın, tanka koyarsın ve banyo edersin. Arada bir ikinci banyoya sokarsın. Sonra filmi lifaksa takarsın. Telefon hattı yok otelde. Bir tane varsa, adama rüşvet verirsin, odana direkt telefon bağlar. Sonra o fotoğrafı geçmeye çalışırsın. Ben o fotoğrafları 7 saatte geçmiştim, hiç unutmam. Şimdi örneğin Afganistan'a iliştirilmiş gazeteci olarak gittiğimde, dijital fotoğraf makinesi ve uydu üzerinden internet ve laptopla beş dakikada hiçbir enerji kaynağı olmadan rahatlıkla geçebiliyorum. Bu inanılmaz dönüşüm yarattı. Hızımızı arttırdı."*

Bektaş dönüşümün bir diğer aşamasını, internetin yaygınlaşması ve medyanın dijital hale gelmesi olarak yorumlamaktadır. Bektaş yazılı basının sonunun geldiğini savunmakta, internet ve dijital medya ortamının ise fotoğraf alanında farklı yansımaları bulunduğunu iddia etmektedir. Geçmişte bir olay ile ilgili 7-8 fotoğrafın yeterli olduğunu, bunlardan en fazla 3-5 adet fotoğrafın kullanıldığını belirten Bektaş, internetin yaygınlaşması ve haberin dijitalleşmesi ile birlikte, tıklanma sayısının önemli hale geldiğini ve bunun kullanılan fotoğraf sayısının artmasına, diğer taraftan foto muhabirlerinin yaptığı işin çeşitlenmesine neden olduğunu belirtmektedir. Bektaş'ın dikkat çektiği bir diğer nokta medyada, foto muhabirlerinin istihdamı konusunda yaşanan değişim olarak öne çıkmaktadır. Bektaş gelinen noktada medya kuruluşlarının foto muhabiri istihdam etmek yerine, fotoğraf ihtiyacını ajanslardan sağladığını ve ajansların piyasada baskın hale geldiğini belirtmektedir, *"Yazılı basındaki fotoğraf sayısı azalıyor, bir yandan da haberciliğin maliyeti artıyor. Dijital makineler, savaş bölgelerindeki maliyetler gibi nedenlerden dolayı medya kuruluşlarında çalışan kadrolu fotoğrafçı sayısı azalıyor çünkü ajanslar hakimiyet kurmaya başladı. Dijital karşısında mağlup olan yazılı basının satışı gittikçe düştü. Amerika'da Washington Post gazetesinin internette abonelik sisteminden elde ettiği gelir, birçok gazeteyi geçti. Basılı medyadaki fotoğraf talebi azalıyor. Bir yandan masraflar arttığı için gazeteler kendi bütçesiyle fotoğrafçıları seyahate gönderemiyorlar, dolayısıyla ajans ve üçüncü kaynaklardan fotoğraf almaya başladılar. Artı, fotoğraf cep telefonlarına kadar girip insanlar arasında yaygınlaştığı için, insanlar görsele başka kaynaklardan da ulaşabilir hale geldi. İnternet üzerinden dönen fotoğraf sayısı arttı. Fotoğrafa olan ihtiyaç varlığını sürdürüyor ama fotoğrafı sağlayan kişiler kurumlarda değil, ajanslarda ya da freelancer olarak çalışanlar. Maliyetler arttı, gelirler azaldı. Dolayısıyla fotoğrafçı sayısı azaldı ama görselliğe olan ihtiyaç sürüyor."*

Bektaş'a göre dönüşümün bir diğer aşamasını, dijital fotoğraf makinelerinin daha ulaşılabilir hale gelmesi ve fiyatlarının ucuzlaması ve ardından internet ve fotoğraf makinesinin akıllı telefonlara girmesi oluşturmaktadır. Bu gelişmeler insanların fotoğrafa ilgisinin artmasını sağlamış ve habere ve fotoğrafa internet üzerinden ulaşımını kolaylaştırmıştır. Bu aşamanın ardından ortaya çıkan sosyal medya da hem fotoğrafı hem de insanların habere yaklaşımını değiştirmiştir. Bektaş'ı dinleyelim: *"Son aşamada sosyal medya denen şey icat oldu. Amerika'da bir araştırma yapmışlar.*

İnsanların %50'den fazlası habere, internetteki haber programlarını bırak, onların sosyal medya hesaplarından ulaşıyorlar. Artık insanlar Newyork Times'ı alıp metroda okumuyor; haberleri Twitter'dan takip ediyor. Instagram gibi fotoğrafın ön planda olduğu siteler sayesinde ilgi, benim 25 yıllık kariyerimdeki en üst noktasına ulaştı. Dijital medya vatandaş gazeteci gibi kendine özgü işler icat etmesinin yanı sıra, bizim de fotoğrafa olan bakış açımızı ya da daha doğrusu yayıncıların habere bakış açısını da şekillendirdi. Instagram'daki filtre renkler, haber fotoğrafında da belirleyici gibi. Bazı gazeteler direkt o çerçevede. Filtreleri neredeyse Instagram filtresi. Karşılıklı bir etkileşim var." Bektaş dijital medya ile birlikte insanların fotoğrafa olan ilgilerinin arttığını ve bu durumun insanların beğeni düzeyini yükselterek hem foto muhabirleri üzerinde hem de alıcılar üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu belirtmektedir, *"Genelde toplumsal eğitim düzeyinin düştüğü iddia edilse de fotoğrafik anlamda bakıldığında insanların fotoğrafa erişimi ve uğradıkları görsel bombardıman o kadar arttı ki, hem zevklerinin ve algılarının hem de fotoğrafa karşı ilgilerinin arttığını düşünüyorum. Bence bu durum fotoğrafa bakışı olumlu hale getirdi. Herkesin, 70 yaşındaki anneannemin bile, sosyal medya hesabı ve fotoğraf çeken bir telefonu var; o bile fotoğraf çekiyor. Dolayısıyla insanların fotoğraf algısı arttı. Şimdi etrafımdaki herkes fotoğraf makinesi ile ilgili tavsiye istiyor; fotoğraflarıma yorum yazıyor, fotoğraf çekmeyi öğrenmeye çalışıyor, ekipmanlarımı merak ediyor ve sosyal medya üzerinden erişip, fotoğrafın içeriği ile ilgili bilgi istiyorlar. Bir tane kız çocuğu çekmiştim Derik'te. Amerika'dan birisi sosyal medya hesabından bana ulaşıp, "Kıza bisiklet gönderebilir miyiz?" gibi şeyler söyledi. Bence gelişen dijital teknolojiler, alıcı tarafından bakıldığında olumlu etkide bulundu ve bu bizi de olumlu şekilde etkiledi.*

Akdoğan, dijital teknoloji ile birlikte yaşanan dönüşümün finansal ayağını ve bunun eleştirel ve muhalif gazeteciliğe ilişkin etkisini şu şekilde özetlemektedir: *"Medya çok büyük bir döngünün içine girdi. Biz şu an bu sürecin içindeyiz ama çok şeyin farkında değiliz. Belki 20 yıl sonra dönüp arkaya bakınca, olanları daha da iyi sorgulayabileceğiz. Bundan 20 yıl önce sadece gazeteler vardı ve bilgiyi insanlar oradan alıyordu, sonra televizyon dünyasına girdik. Gazeteler işlevlerini televizyon ile paylaşmaya başladı, ardından internet geldi. Büyük bir değişim. Haber alma bir gereksinimdir, insanlar ne olup bittiğini görmek ister. Sabah kalkıyorsun birkaç siteye giriyorsun, o sabah o ihtiyacını gideriyorsun. Onu giderdikten sonra tekrar bir gazete*

almak, senin ihtiyacın olmaktan çıkıyor. İhtiyacı bu şekilde giderdiğin için de gazete satışları düşüyor. Patronların durumu da ortada... Gazete 500 bin satıyor da, patronlar çalışanlarını mı desteklemiyor bu anlamda. Patronların durumu da kötü, çünkü gazete satmıyor. Finanse ettiği internet siteleri ücretli değil. Onların reklam geliri bunu kurtarmıyor. Çok fazla üretemedikleri ve satış yapamadıkları için, medyayı dışarıda kazandıkları farklı alanlarla finanse ediyorlar. Finanse ettikleri alanlar devletle ilişkisi olan alanlar. O sırada devlet ilişkisi çok fazla olduğu için onların aleyhinde haber yapma durumu olmuyor."

Akdoğan özelde ise dijital teknolojiye geçişin foto muhabirliğine büyük katkılar sağlayarak, foto muhabirlerinin işlerini kolaylaştırdığını diğer taraftan yaptıkları işe daha fazla odaklanma olanağı sağladığını belirtmektedir. Fotoğraf makinelerinin video çekebilme özelliğine kavuşmasının büyük bir devrim olduğunu savunan Akdoğan bu durumu, *"Fotoğraf makinesine video yerleştirmişler ve sen onu tek tuşla videoya döndürebiliyorsun. Bence büyük bir devrim. Artık sadece fotoğraf çekmek değil mesele; kaçınılmaz şekilde video da artık foto muhabirinin elinde olması gereken bir şey. Kısa videoların fotoğrafla birlikte olay anını aktarması, foto muhabirinin artık başat görevlerinden biri"* şeklinde yorumlamaktadır.

Kızıl dijital teknolojinin kaçınılmaz bir değişim yarattığını belirtmektedir. Kızıl, analog ile dijital arasında bir tercih yapma şansı olsaydı, analoğu tercih edeceğini, ancak foto muhabirliğinin yaşanan değişim sürecine uyum sağlayıp evrimleşememesi durumunda hayatta kalmasının imkansız olacağını şu cümleleriyle belirtmektedir, *"Foto muhabirliği de her olgu, düşünce ya da varlık gibi zamanla evrimleşti. Foto muhabirliğinin temelinde hep daha fazla kitleye ulaşma arzusu vardı, o nedenle bu değişimi pas geçmek kimliğini reddetmek olurdu"* Kızıl dijital teknolojinin foto muhabirlerini bir yandan özgürleştirdiğini diğer taraftan da tembelleştirdiğini savunmaktadır, "*Dijital teknoloji foto muhabirini zamansal, zihinsel ve elbette maddi anlamda özgürleştiriyor da diyebilirim. Saatler süren karanlık oda mesaileri yok artık. Filmim bitti derdi, stresi yok. Ama elbette bütün bunların kişiyi tembelleştiren bir tarafı da var. Saniyede 20 kare çeken bir makinanız varsa, bir şey kaçırma ihtimaliniz oldukça az. Bu da gözü oldukça tembelleştiriyor. Filmli makineyle çekim yaparken kendinizi kontrol etmek durumunda kalabiliyorsunuz. 36'lık bir filminiz var, onun içine neler sığdırmak istediğinizi kafanızda tasarlayıp öyle çekim yapıyorsunuz ama dijitalde*

öyle bir sıkıntı yok. İstediğin kadar basabiliyorsun, o anlamda özgürleştiriyor diye düşünüyorum. Ama bunun kötü de bir tarafı var; daha dikkatsiz olabiliyorsun. Foto muhabirini özgürleştirmesinin yanında uyuşturuyor diye düşünüyorum. Belki gözünü tembelleştiriyor."

Suna, yaşanan teknolojik dönüşümü temel olarak güvenilirlik ve etik bağlamlarında ele almaktadır. Dijital teknolojinin manipülasyona çok açık olduğunu belirten Suna, bunun foto muhabirliğini gerçeklikten koparan bir durum olduğunu savunmaktadır. *"Teknolojik dönüşüm ve gelişim, sosyal medyanın hayatın her alanına girmesine ve eskisi gibi artık sadece bir ya da bir kaç kaynağa bağımlılığı ortadan kaldırarak sayısız yerel, ulusal, uluslararası kaynağın ortaya çıkmasına neden oluyor. Tabi bu da tanımadığınız bir kaynaktan gelen haber ya da fotoğrafın güvenilebilir olup olmadığına ilişkin tartışmayı ortaya çıkarıyor. Onun için, evet teknolojiden dolayı her yere ulaşabiliyoruz, her yeri anında görebiliyoruz, her fotoğrafa, habere, ses kaydına ve dijital görüntüye ulaşabiliyoruz ancak bunun gerçek ya da güvenilir olup olmadığını kim teyit edecek ya da kim değerlendirecek? Böyle büyük bir sorun var. Fotoğraf da tabi bundan nasibini alıyor. Herhangi bir kişinin çektiği bir fotoğraf, gerçekliği ve güvenilirliği sorgulanmadan paylaşılıp, o olayın fotoğrafıymış gibi yansıtılıyor. Bu bence foto muhabirliğinin gerçeklikle arasındaki bağın kopmasına neden olan en büyük neden. Yani siz bir foto muhabiri olarak bir yerde haber amaçlı fotoğraf çekerken, kaynağı belirsiz bir yerden gelen fotoğraf, birçok şeyin önüne geçebiliyor. Bu kaynağa nasıl güveneceğiz? En büyük sorun bu. Kaynak kim, bu kaynak sizi yönlendiriyor mu, yoksa cidden yaşanan durum için en iyi fotoğraf ya da en iyi görsel kaynak mı? gibi bir sürü sorunla karşılaşıyoruz. Bu durumda da, habere konu olan durumun tarafı ya da bunun sosyal medyada en çok propagandasını yapan kişi, toplumu ya da basın kurumlarını yönlendirmiş oluyor. Bunu defalarca yaşadık; yanlış fotoğraflar, yalan fotoğraflar, montaj fotoğraflar yayınlandı, gazeteler özür diledi. Yayınlanmasına rağmen özür dilemeyen gazeteler oldu. Bunların sahte fotoğraflar olduğunu biliyorduk. Bu durumun bizim yaptığımız işe etkisi şu şekilde; gerçek saptırılıyor ve herhangi bir şekilde dijital bir ortamda üretilebilecek fotoğraf, toplumları ya da o bölgede yaşayan insanları yanlış yönlendirebilecek kadar güçlü bir durum ortaya çıkartıyor. En tehlikeli durum bu."*

Sezer, dijital teknolojinin foto muhabirliğine genel anlamda faydasından çok zararı olduğunu iddia etmektedir. Tek olumlu katkısının, fotoğrafı ulaştırma hızı olduğunu belirten Sezer, dijital teknolojinin, fotoğrafı çabuk üretilip tüketilen bir meta haline dönüştürdüğünü, foto muhabirinin çalışma disiplinini azalttığını ve kaliteyi düşürdüğünü belirtmektedir, *"Dijital teknoloji ile birlikte fotoğraf daha kolay üretilen ve tüketilen bir meta haline geldi. Daha önceleri bir haber ajansında ya da bir gazetede çalışan fotoğrafçı, bir olaydan 5-10 kare üretirken şimdi 500 kare üretiyor. Benim bir uzmanlık alanım spor fotoğrafçılığı. Oradan örnek verirsek, dijital çağ öncesi bir maçı fotoğraflarken, elimizde sınırlı sayıda film olurdu. Bir filmde de 36 kare var ve bir maçta 10 makara film çekme şansın ve lüksün hiçbir zaman yoktu. Hem disiplin anlamında, hem de ekonomik anlamda. Olağanüstü bir şey olmadığı sürece, gazetemizin verdiği sınırlı sayıda filmle maçı fotoğraflamamız gerekiyordu. Fotoğraf makineleri bugünkü kadar hızlı çekim yapacak düzeye henüz gelmemişti. Hem az filmle çekim yapma disiplini, hem de o günün hız ve kapasite olarak daha düşük teknolojisi nedeni ile daha az fotoğraf üretebiliyorduk ama inanıyorum ki ortaya konan işler daha kaliteli ve başarılıydı. Yani foto muhabirleri daha az ve öz üretiyorlardı. Şimdi bakıyorum ben bile bir maçta 300-500 kare çekiyorum. Bu 300-500 karenin bir kısmı ya net değil ya uzak ya da anlamsız kareler. Pozometre ayarını bile fotoğraf çekerek yapıyoruz artık. Çekip bakıyorsun olmuş mu, olmamış mı? Bunlar sayıyı yükseltiyor, sayı yükseldikçe kalite düşüyor. İnsanlar çalışma disiplinini kaybediyor. Dijital teknolojilerin haber fotoğrafçılığına genel anlamda faydası değil zararı olduğunu düşünüyorum. Tek faydası hızlı ulaştırabiliyoruz çektiğimiz ürünü ve fotoğrafı. İşte Almanya'da çektiğimiz fotoğrafı, uçağa verip yolcuyla yolluyorduk akşam gazeteye... Ya da eski teknolojiyle, bir fotoğrafı bilmem kaç dakikada ulaştırabiliyorduk. Şimdi çektiğim fotoğraf, geldiğimiz teknolojik hızla, bırakın gazeteyi yayına ulaştırmayı, abonenin önüne bir dakika sonra düşüyor. Hazır kadrajlanmış, resim altı yazılmış, tonları düzeltilmiş şekilde. Dijital teknolojinin tek faydası fotoğrafın kitlelere ya da gazetelere ulaşım hızı."*

Özmen, teknolojik gelişmelerin foto muhabirliği üzerinde iş üretme ve yayma konusunda değişimler yaratmasına rağmen, foto muhabirliği ve belgesel fotoğrafın temel mantığının değişmediğini savunmaktadır, *"Örneğin Lewis Hine'ın çocuk işçiler ya da 1930'larda ABD'de tarım işçileri üzerine yapılmış olan FSA (Farm Security*

Administration) projesi gibi çalışmalar yapılalı nereden baksan aradan bir yüz yıl geçti. Yüz yıldır benim şu an kabul etmiş olduğum belgesel fotoğraf ve foto muhabirliği disiplini hala aynı çerçeve içerisinde devam ediyor. Teknik olarak belki gelişmeler yaşandı bunun içerisinde ama amacı değişmedi. Şu an ilgilendiğim alanın mantalitesinde değişen bir şey yok: Hala insanoğlunun, yaşadığı dünyanın gelişimini fotoğraflarla belgelemek ve bunu olabildiğince geniş kitlelere yaymak."

Akcan, dijitalleşme sürecine çok hızlı geçildiğini, *"kaçınılmaz"* olarak tanımladığı bu sürece foto muhabirlerinin de ayak uydurmak zorunda kaldığını belirtmektedir. Akcan dijitalle birlikte manipülasyonun kolaylaşmasını, bu sürecin olumsuz yanlarından biri olarak görmektedir. Ayrıca dijitalle birlikte foto muhabirlerinin üzerindeki iş yükünün artmasını ve ekipman fiyatlarının çok pahalı olmasını da dijital teknolojinin olumsuz getirileri olarak değerlendirmektedir. *"İş yükümüzün arttığını düşüyorum. Eskiden filmi çekerdin, teslim ederdin, gerisi editörlere kalırdı. Diğer taraftan maliyet artıyor. Fotoğrafları saklamak için hard diske ihtiyacın var, kart alıyorsun, makinenin ömrü çalışma şekline göre üç sene de gidebilir beş sene de gidebilir. Yeni ürünler eklenerek geliyor; hızı takip etmek zorundasın ve senden artık sadece fotoğraf değil video da istenebiliyor. Yani foto muhabirin görevleri arttıkça artıyor ve sen de piyasada yer edinmek için gerekli malzemeleri hem edinmek zorundasın hem de tekniği bilmek zorundasın. O yüzden dijital teknolojiyle birlikte iş yükümüz arttı; hem teknolojiyi takip edeceğiz hem ayak uyduracağız hem de maliyetini çıkartmak için daha çok çalışacağız. Bir hard diske güvenemezsin, iki hard disk almalısın, o da yetmez internette bir alan almak zorundasın, fotoğrafları depolamak için. İyi Photoshop bilmen gerekiyor. Eğer çok büyük bir tanınmış fotoğrafçı değilsen ve senin işlerini başkası yapmıyorsa bunu oturup kendin yapmak zorundasın. 3 saatin çekimde geçtiyse 5 saatin de bilgisayar başında fotoğrafları işleyerek geçiyor. İyi olmak için teknik de bilmek gerekiyor ama teknik bilmeyen bir çok insan da senin çektiğin şeyleri çekebiliyor. Aslında tekniğe ben çok fazla takılmıyorum. Fotoğrafçıyı iyi yapan şey, konuya nasıl baktığı, konuyu nasıl ele aldığı, nasıl anlattığıdır ama tekniği de bilmek durumdasın. Çoğu insan teknik bilmeden iş yapabiliyor teknoloji buna izin veriyor."*

Bayhan dijital teknoloji ile birlikte, sosyal medya araçlarının ortaya çıkması, bu alanda yaşanan görsel bombardıman, alım gücünün artması, fotoğraf çekmenin

kolaylaşması ve dolayısıyla kalitenin değerinin azalması gibi önemli değişimlerin ortaya çıktığını, öte yandan foto muhabirliğinin değeri konusunda, bir karmaşanın meydana geldiğini iddia etmektedir. Bayhan bu tip durumların dışında temelde işin pratikleşmesi dışında bir değişim olmadığını çünkü kullanılan araçların değişmediğini iddia etmektedir ancak Bayhan'ın dijital teknolojiye bakış açısı, kitabının üretim sürecini aktarırken daha net ortaya çıkmaktadır. İlk 1 buçuk yıl kitabının çekimlerini dijital fotoğraf makinesiyle gerçekleştiren Bayhan, bu süredeki çalışmasını geride bırakıp, analog makineyle yeniden başlamış ve fotoğraf baskılarını kendisi yapmıştır. Dijitalle yaptığı çekimler sırasında alanda yaşamadığını, fotoğraflar üzerinde derinlemesine düşünemediğini, insanlarla yeterince bağ kuramadığını ve yeterli samimiyet düzeyine ulaşamadığını belirtmektedir. Bayhan bu süreci şu şekilde aktarmaktadır: *"Dijitalle yaşamıyordum orada. Fotoğrafı yaşamak ve insanlar arasında bağ kurmak çok önemli. Gidiyordum, çekiyordum, depoluyordum ama yaşamıyordum. Analogda, geri dönüyorsunuz, insanlara fotoğrafı hediye ediyorsunuz. İnsanlarla bağ kuruyorsunuz, arkadaş oluyorsunuz. Daha fazla düşünüyorsunuz. Daha fazla düşünmek de beraberinde samimiyeti getiriyor."*

Berkin dijital dönüşümün teknik açıdan çok önemli katkılar sağladığını ve yeni olanaklar yarattığını belirtmektedir ancak bu gelişmelerin aynı zamanda foto muhabirlerini kolaycılığa ittiğini iddia etmektedir. Berkin dijital teknolojinin yarattığı dönüşümün, insan faktörünü ikinci plana ittiğini ancak bu sürecin henüz başlangıç evresinde olunduğunu şu sözlerle ifade etmektedir, *"Dijital teknoloji teknik açıdan insanları tamamen rahatlattı. Makineyle yapamayacağın şey yok neredeyse. Hem haberi zamanında iletebilmek hem de malzeme olarak rahat çalışabilmek açısından pozitif etkileri var. Negatif etkileri de söz konusu, elinde bir filmli makine varsa 36'yı 38-39 yapmaya çalışır 2-3 kare fazla çekmeye çalışırsın filmi takarken. Filmi özenle harcarsın. Şimdi öyle değil. Çok kısa bir anda bile bakıyorsun 100 kare çekilmiş. Bu seçiciliği öldürüyor. Bu mesleki anlamdaki bakış, enerjini kaybetmene sebep oluyor; rastgele basıyorsun, makineye bağımlı hale geliyorsun. Göz değil de makinenin gördüğü ölçüde saniyede on kare çekersen zaten hareketi iyi yakalayacağın bir fotoğraf çıkacaktır. Olayı takip ederek, olayın aslını belirli süzgeçlerden geçirerek yakalamaya çalışmaktansa, orada ne olursa olsun kaçırmayım mantığıyla deklanşöre basıyorsun. Dolayısıyla foto muhabirine de, fotoğraf çekecek bir personele de ihtiyacın kalmıyor.*

Yani insan faktörü makineye yenik düşüyor. Beraberinde birikime ihtiyaç kalmıyor. Makineler öyle yetenekli ve herkesin kullanabileceği hale geldi ki, beklenen fotoğraflardaki çizgi de çok zorlayıcı olmadığı için haberi takip etmeye giden herhangi bir muhabir senin almak isteyeceğin fotoğrafı sağlıyor. Bu sürecin henüz başlangıç evresini bitirmek üzereyiz. Yani süreçte taşlar yerine oturmamış gibi. Taşlar yerine oturduktan sonra bir şekilde belli bir çizgiye geleceğini düşünüyorum."

5.1.2.1. Hıza İlişkin Bulgular

Dijital teknolojinin foto muhabirliğinde yarattığı temel değişim, fotoğrafın üretim ve aktarım hızının artmasına bağlı olarak gerçekleşmiştir. Bir yandan fotoğraf teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak dijital fotoğraf makinelerinin fotoğraf üretim hızları artarken diğer taraftan dijital ortamda genel olarak veri aktarım hızında yaşanan artış foto muhabirliği alanında farklı boyutlarda etki göstermiştir. Makinelerdeki enstantane ve ISO yüksekliği dijital öncesinde çekimine imkan olmayan fotoğrafların ortaya konmasına olanak tanımaktadır. Veri aktarımındaki hız ise çok farklı boyutlarda ortaya çıkmaktadır: Foto muhabirleri çalışma alanından en kısa sürede fotoğraf gönderme baskısı artmaktadır. Diğer taraftan editörler de hız baskısı altında kalmakta ve buna bağlı olarak denetim mekanizması zayıflamaktadır. Bu sürecin içinde bulunan foto muhabirleri hızın getirilerini yadsımamakta ve hatta görüşmeciler arasında, dijital teknolojinin en önemli getirisinin hız olduğunu iddia edenler bulunmaktadır. Ancak görüşme yapılan foto muhabirleri bu durumla ilgili olumsuz noktalara da dikkat çekmektedirler.

Antakyalı dijital teknoloji ile birlikte ortaya çıkan hızın gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olduğunu ve hızlı haber iletiminin gazetenin kalitesini göstermesi açısından önemini vurgulamaktadır. Antakyalı dijital teknolojinin ardından veri aktarımın hızının artmasını olumlu ve olumsuz yönleriyle ortaya koymaktadır, "*Artan hızla birlikte zaman baskısı da arttı. Şimdi bir futbol maçı sırasında anında fotoğraf bekleniyor. Bir basın toplantısında bizim telefonumuz çalıyor, "gelmedi mi daha?" Foto muhabirlerinin üzerinde eskiden zaman baskısı belirli saatler içerisinde olurdu. Akşama doğru baskı daha yoğunlaşıyordu. Gazetelerin baskı saatlerinde, taşraya yetişelim telaşı oluyor, şehir baskısında ise çok büyük olay olmazsa fazla bir şey değişmiyordu. Şu an 24 saat o haberi, o fotoğrafı insanlara taşıyacak bir ortam var. Nereden? Gazeteden olmazsa internet sitesi, olmazsa Twitter var.*"

Kızıl dijital teknolojinin sağladığı hızın iki boyutuna dikkat çekmektedir. Fotoğraflar bu sayede hızlı bir şekilde kitlelere ulaşmakta ve fotoğraflarla ilgili hızlı bir şekilde geri bildirim alınabilmekte; buna bağlı olarak da sosyal tepkiler gündeme gelmektedir. Kızıl dijital teknolojinin yarattığı hızın olumsuz boyutunu şu şekilde dile getirmektedir, *"Dijital dönüşümle beraber foto muhabiri aynı zamanda kendi editörü olmak durumunda da kaldı. Fotoğrafı çekmek, metnini hazırlamak, editörlüğünü yapmak ve servis etmek neredeyse tek bir kişinin sorumluluğunda. Özellikle sıcak haberlerde ve hızın önem taşıdığı durumlarda bu durum bir foto muhabiri için oldukça zaman kaybettirici de olabiliyor."*

Akcan dijital teknoloji ile birlikte foto muhabirleri üzerinde zaman baskısının arttığını belirtmektedir. Bu baskının alanda çalışma süresini kısalttığını savunan Akcan, zaman kısıtlaması nedeniyle foto muhabirlerinin olaylara çok yönlü bakamadığını savunmaktadır. Akcan bu durumun fotoğraf üretiminde tekdüzelik yarattığını iddia etmektedir, "*Bir olaya serbest olarak gittiğimde, kendim için bu hikayeyi kendi bakış açımdan anlatıyorsam benim bir rahatlığım var. Gidiyorum, bakıyorum, konuşmaları dinliyorum. Onu çekiyorum, bunu çekiyorum öbür tarafı dinleyip çekiyorum ama bir yere bağlı çalışıyorsan hızlı olmak zorundasın çünkü senin rakibin yayında veya basında çalışan başka bir fotoğrafçı senden daha hızlı olursa sen işinden bir puan eksiltiyorsun. Daha iyisini çekiyorsa yine eksiltiyorsun. O zaman ne oluyor? Bu bir yandan iyi bir şey, daha iyisini nasıl yaparım diye düşünüyorsun. İki o iyi onun yaptığını da yapmak zorundayım gibi bir durum ortaya çıkıyor. Aynı şeyleri üretme durumuna geçiyor foto muhabirleri. Bir foto muhabiri eğer haberin nerede olduğunu biliyorsa iyiyse diğerleri de, yeniler de onun peşinden gider. Çünkü o biliyordur, o iyisini alıyordur ve onun aldığını almak durumundalardır. O yüzden herkes bir yere toplanır ve bir yerde bir şey bekler ama başka yerlerde başka olaylar oluyordur. Yani bu açıdan hızlı olmak zorundasın orada vakit geçiremezsin, orada insanlarla konuşamazsın. Fotoğrafı aldığında hemen göndereceksin. Eskiden böyle değildi, bu kadar hızlı olmuyordu. Filmi çekiyordun, zaten o filmi çekene kadar senin süren vardı. Gündüz çekip akşam gönderiyordun. Şimdi zaten anında haber alıyorlar ve sen daha fotoğrafı çektiğinde seni arıyorlar o fotoğrafı gönder diye. Orada çalışman gereken veya bakman gereken şeye uzun uzadıya bakamıyorsun. Çalıştığın mecraya göre değişiyor ama oradan iyi fotoğrafı çıkartıp anında göndermek zorundasın. Yani orada*

ben bir saat daha takılayım iki saat daha takılayım veya gidip başka bir yere bakayım, bunun başka bir arka yüzü var mı dediğinde olmuyor. Bir bakış açısı var, sana verilen bir görev var doğal olarak o görevi yerine getirmek zorundasın ve bu durum seni kısırlaştırıyor, gelişmene çok izin vermiyor." Akcan foto muhabirinin çalıştığı medyaya ve konuya göre alanda kalma sürelerinin değiştiğini ancak günümüzde dergilerde dahi çalışma sürelerinin kısaldığını ifade etmektedir. Akcan bu konuyu, rekabet, bütçe ve zaman baskısı çerçevesinde ele almaktadır, "*Dergiler eskiden bir konuya bir ay veriyorlardı. Bir ayın iki haftasını araştırmaya ayırıyordun, iki haftasında da çekip geliyordun. Bunun karşılığını alıyordun. Çok güzel bir iş çıkıyordu çünkü uzun uzadıya çalışmış oluyordun ama zaman geçtikçe, bütçeler kısıldıkça sana telefon açıyorlar, "Zamanımız yok gideceksin, bir hafta çalışacaksın, geleceksin". Senin ne okumaya, ne ilişki kurmaya, ne bakmaya zamanın kalıyor. Bu durum seni geriletiyor. Bir, oradaki işini kaybetmemek o ilişkileri kaybetmemek durumundasın çünkü bunları reddedersen ben böyle çalışmıyorum dersen bir sürü fotoğrafçı var gidip başka birini bulacaklar. İkincisi yaptığın işin kalitesini düşürmemek için daha fazla çaba gösteriyorsun. Orada bir haftada, iki haftada çıkartacağın işi çıkartmak için çok çalışmak zorundasın veya işini zayıflatıyorsun, kaliteyi düşürüyorsun. Foto hikayelerde bu kendini belli ediyor. Dergiyi aldıran şey oradaki hikayeler ve fotoğraflar. Çünkü insanlar o fotoğraflara bakarak o hikayeleri okuyorlar. Bu ister gezi fotoğrafı olsun, ister sosyal bir konu olsun ister başka bir şey olsun. Eğer sen bunu, gidip iki üç günde çekip geliyorsan bunu herkes yapabilir. Ama üç gün daha eklersen başka bir boyutunu görürsün, biraz daha uzun kalırsan, daha iyi fotoğraf anlamında değil, başka şeyler de ekleyebilirsin o hikayeye. Hem daha iyisini çekersin hem hikayeyi daha da geliştirirsin. O yüzden işte bu biraz bütçe meselesiyle örtüşüyor, biraz hızla örtüşüyor. Her şeyi daha hızlı yapmak zorundayız. Daha hızlı üretmek zorundayız. Eskisi gibi, eğer kendi olanakların ve sermayen yoksa, gidip de uzun uzun kalıp bir şey çalışamıyorsun."*

Suna dijital teknolojinin foto muhabirliğine en önemli katkısının, sağladığı hız olduğunu belirtmektedir, *"Şu an biz, kendi fotoğraf makinemizden fotoğraf gönderebiliyoruz, öyle bir yere geldi artık. Teknolojinin gelişmesi, dijital teknolojinin fotoğraf makinelerine yansımasından dolayı, çektiğin bir fotoğrafı üç saniye sonra editörün görebileceği şekilde servis edebiliyorsun; direkt makineden gönderebiliyorsun. Bunun gibi bir çok olumlu, kısa sürede fotoğrafı görsel yayın haline getirecek*

koşullarımız var." Suna teknolojiyle beraber gelen hızın foto muhabirliğinin gücü ve etkisi üzerinde de olumlu yansımaları olduğunu savunmaktadır, *"Dünyanın öbür ucundaki bir olaya görsel olarak ulaşmamız iki dakikamızı alıyor artık, bu büyük bir güç. Bu elinizdeki telefonla dünyanın her yerine ulaşmanızı sağlayan güçlü bir şey. Sosyal medya ve paylaşım siteleri üzerinden Çin'de yaşanan bir olayın foto muhabiri tarafından çekilmiş fotoğrafına 5 dakika sonra ulaşabiliyorsunuz. Çin'deki foto muhabiri de dünya ile fotoğrafını 5 dakika içinde paylaşabiliyor. Şu an Twitter'dan bir arama ile Venezuela'daki hükümet karşıtı protestolardaki en etkili görsele ulaşabiliyorsunuz ve bunu büyük uluslararası haber ajansları, kendi hesaplarından anı anına paylaşıyor. Bununla takipçi topluyor; ayrıca fotoğrafı gündeme soktuğunuzda büyük kurumlar da etkilenip bunu baskılı halde kullanabiliyor. Yani çalıştığım ajans benim bir fotoğrafımı Twitter hesabından yayınlıyor; bu binlerce kez paylaşılıyor, editörler de etkilenip bunu kullanabiliyor. Sosyal medyayı Tamamen bunun için kullanılıyor ve bu da bence büyük bir güç."*

Sezer, dijital teknoloji ile birlikte gelen aktarım hızının, foto muhabirliği açısından olumlu olduğunu belirtmektedir ancak hızla birlikte üretim ve tüketim alışkanlıklarının değiştiğini, bunun da kalitenin düşmesine neden olduğunu iddia etmektedir, *"Bizi çok fotoğraf üretmeye zorluyor. Çünkü bir haber sosyal medya sayesinde çok hızlı duyuluyor ve yayılıyor. İnternet gazetelerini besleyebilmek adına daha çok fotoğraf üretip bunları daha hızlı yayına veriyoruz. Sayı artmakla birlikte maalesef kalite düşüyor. İnternet gazetelerinin ve haber portallarının amacı, kaliteli fotoğraf kullanmak değil, tek hedefleri "çok tıklanmak". Bunun için de her konuyla ilgili foto galeri yapıp, bunları iyi-kötü ayrımı yapmadan fotoğraf kareleri ile dolduruyorlar. Foto galeride 40 tane fotoğraf var. Kötü fotoğraflar da iyi fotoğraf da var ama insanlar baksın, tıklasın diye oraya bir yığma söz konusu. Spor fotoğrafçılarımız maçtan her şeyi çekiyorlar. Niye çekiyorsun? Gazeteden istiyorlar. Niye? Bizim gazetenin web sayfasına tık gelecek onun için galeriye 40 tane doldurmamız lazım. Çok üretiyorsun kalitesiz, kaliteye özen veremiyorsun, hızlı üretiyorsun ve çabuk tüketilecek şeyler üretiyorsun. Bu da insanın mayasını, yapısını üretim alışkanlığını bozuyor ve yeni bir üretim alışkanlığı haline geliyor. Hep çabuk çekelim, çabuk verelim… Düşünmeye, bir sonraki adımı beklemeye bile zamanın yok."*

Özmen de dijital gelişmelerin iş üretimi ve işi yayma konusundaki getirdiği hızın önemine dikkat çekmektedir, "*Dijital gelişmeler, iş üretimi anlamında ve bu işi yayma konusunda değişimler yarattı. Yani basit bir örnek; İran'da devrim olurken, foto muhabirleri Türkiye sınırlarına kadar gidip, filmleri başka birine veriyorlar, onlar geliyor İstanbul'a, İstanbul'dan bir uçağa veriyorlar, Paris'e gidiyor; böylece aradan bir hafta daha geçmiş oluyor. O fotoğraflara bakılıyor ve yayınlanmasına karar veriliyor, böylece iki hafta geçmiş oluyor ve sonra gazete, İran'da yaşanan devrimin fotoğraflarını iki hafta sonra veya üç hafta sonra izleyicilerine, halka ulaştırmış oluyor. Bugün iş biraz daha farklı. İran'da 2-3 ay önce yaşanan ayaklanmada, hemen o an oradan paylaşılan, o an orada yaşanan olayları, insanlar teknolojinin izin verdiği ölçüde, anında paylaşabilir hale geldi. Birincisi böyle bir değişim yarattı. İkincisi fotoğrafçılar ekipman olarak değiştiler. Eskiden makine, ikinci bir makine belki birkaç tane objektif ve yanlarında elli, yüz belki bir kaç yüz filmle birlikte bir hikayeyi, olayı anlatmaya gidiyorlardı. Bugün o makineler değişti. Yanlarında bir bilgisayar, o fotoğrafları hemen aktarabilecekleri internet, o internet uydu cihazı olabilir veya başka bir şey... Bu anlamda ekipmanda da bir değişiklik yaşanmış oldu. Bunun bir de izleyici kısmı var. Hani iki hafta sonra haberi alan insanlar artık anında cep telefonlarıyla birlikte dünyanın neresinde olursa olsun yaşanan bir hadiseyi izleyebilir, buna tanık olabilir, buna dair bir etkileşim yaratabilir oldular. Merak ettiği bir hadiseyse, bunu paylaşarak diğer insanlara ulaştırma gibi bir olaya dahil olma durumuna giriştiler. Bunun gibi farklı yönlerde değişiklikler yarattı."*

Bektaş dijital teknolojinin yarattığı hızın avantajları olduğuna ancak aynı zamanda foto muhabirleri üzerinde bir zaman baskısı da yarattığına dikkat çekmektedir, *"Geçmişte, gazetenin dönme saati, taşra baskısının bir saati, şehir baskısının bir saati vardı. O ana yakın bir zamanda bile fotoğraf geçebiliyordun. Dolayısıyla alanda çalışma serbestliğin vardı ama şimdi, seni hızlı fotoğraf geçmeye yönlendiren bir teknolojiye sahipsin ki işverenin senden hemen fotoğraf bekliyor. Biz örneğin, Şampiyonlar Ligi'nde kupa kaldırıldıktan elli saniye sonra fotoğrafı geçmiş oluyoruz. Mobil modemle fotoğraf geçebiliyoruz. Bir bomba patladı burada mesela, üç dakika sonra haberi iletiyoruz."* Bu durumun, fotoğrafı *"kullan at"* haline getirdiğini belirten Bektaş, hızlı iletişimin çok önemli olayları bile bir kaç günde gündemden düşürdüğünü dile getirmektedir, *"Yaşanan dönüşüm, bir iş üzerinde uzun soluklu çalışma fırsatını*

ortadan kaldırdı. Örneğin çalıştığım kurum, foto muhabirleri için ayrı bir internet sitesi kurdu. Uzun soluklu projeleri orada yayınlıyoruz ama onun dışında hız, bizim için önemli ve hemen tüketiyoruz. Aynı zamanda o kadar çok rahat bir şekilde fotoğraf servisi yapabiliyorsun ki, bir süre sonra abonelerin ona olan ilgileri de gidiyor. Mesela Pakistan depremi, 55 bin kişi öldü ve 4 günde gündemden düştü. Teknoloji, fotoğrafçı olarak bize faydalı oldu. Fotoğrafçıları popülerleştirirken aynı zamanda yükünü de arttırdı açıkçası."

Katılımcıların büyük çoğunluğu dijital teknolojinin en büyük getirisinin hız olduğunu vurgulamaktadır. Fotoğraf aktarım hızında yaşanan artış bir taraftan foto muhabirliğine olumlu katkılar sağlarken diğer taraftan mesleği olumsuz yönde de etkilemektedir. Fotoğraf teknolojilerinde yaşanan gelişmeler makinelerin hızlanmasını, ISO değerlerinin artmasını sağlamış ve dijital öncesi ortaya konulması çok güç olan fotoğraflar üretilebilir hale gelmiştir. Diğer taraftan internet vasıtasıyla veri aktarım hızının artışı global ölçekte haber ve fotoğrafa ulaşım sürelerini de kısaltmıştır. Ancak bu artış alanda çalışan foto muhabirleri üzerinde baskı yaratmakta, çalışma sürelerini kısaltmakta ve foto muhabirleri henüz olay gerçekleşirken fotoğraf geçmek zorunda kalmaktadırlar. Olay anında hızlı çalışma ve fotoğrafı haber merkezine geçme zorunluluğu özellikle sıcak haberlerde foto muhabirlerinin işlerini tekdüze hale getirmekte ve kalitenin düşmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan hızlı haber ve fotoğraf akışı önemli olayların bile çok kısa sürede gündemden düşmesine neden olabilmektedir.

5.1.2.2. Dijital Manipülasyona İlişkin Bulgular

Foto muhabirliği ve belgesel fotoğraf geleneğinin temel güdüsü gerçekliği aktarmaktır. Ancak fotoğraflar üzerinde yapılan oynamalar, bu iki yaklaşımın gerçekliği aktarma misyonuna zarar vererek kitleler nezdinde güvenilirliğini sarsmaktadır. Dijital teknoloji öncesinde de fotoğraflar üzerinde farklı baskı teknikleri ile oynamalar söz konusudur ancak bu tip manipülasyonlar, dijital teknoloji ile birlikte çok kolay hale gelmiştir.

Dijital fotoğraflarda manipülasyonun son 10 yıldır arttığını belirten Sezer, manipülasyonu fark etmenin zorlaştığını ve bu durumun editör olarak kendisini oldukça zora soktuğunu belirtmektedir. Ayrıca belli boyutlarda fotoğraflar üzerinde oynama

yapılmasına ya da filtreler kullanılmasına ilişkin bir standardın ya da kriterin olmayışının, medya kuruluşları ve foto muhabirleri arasında haksız rekabete yol açtığını iddia etmektedir, *"Ben neredeyse 20 seneye yakın zamandır, aynı zamanda fotoğraf da görüyorum, fotoğraf editörlüğü yapıyorum, fotoğraf çekmekle birlikte. Serbest fotoğrafçılardan ya da bizim ajansa bağlı fotoğrafçılardan fotoğraf temin ediyorum. Son 10 senede daha yoğunlaştı ama 20 senedir beni en çok zorlayan şey, fotoğrafların gerçek olup olmadığı konusu. Bugün mü çekildi acaba, başka bir zamanın fotoğrafı mı? Bir şey eklendi mi bir şey çıkarıldı mı? Benim hayatımı en güçleştiren ve kabusa döndüren bu. Eskiden fotoğrafın negatifi ya da kart baskısı geliyordu. Karta baskıda da, top yapıştırma, adam ekleme çıkartma gibi numaralar vardı ama usta ötesi usta olman lazım ki anlaşılmasın. Bir şekilde anlaşılıyordu. Gelişen dijital teknolojiyle birlikte manipülasyonun anlaşılması çok zor hale geldi. Özel yazılım olması lazım ki fotoğrafla ne kadar oynandığını görebilesin. Örneğin, Latin Amerika'da hapishane yangını oluyor, fotoğrafçı kendi ajansına iki sene önce aynı hapishanede çıkan yangında çektiği fotoğrafları veriyor. Bu ilk anda fark edilmiyor ama 24 saat içerisinde fark edilerek fotoğrafçı işten kovuluyor. Sonrasında şöyle bir kural getiriliyor bize: bir anlamda dijital kimlik ya da geçmiş bilgisi sayılan EXIF değerleri görünmeyen hiçbir fotoğrafı yayınlayamıyoruz. Ekleme çıkartmalar zaten ayrı bir dert."* Sezer bazı kuruluşların fotoğraflarda filtre kullanımına ya da fotoğrafın tonları ile oynanmasına izin verdiğini ancak bu durumun haksız rekabete yol açtığına dikkat çekmektedir, "*Çok kabul gören ve önde gelen uluslararası basın kuruluşlarının kullandığı filtreler var, örneğin dramatik filtre. Bir fotoğrafçıyla aynı ortamda aynı ışıkta çekiyorum, ben filtresiz malımı ürünümü sergiliyorum, öbür tarafta adam dramatik filtre koyuyor. Dramatik filtre koyduğun an olay daha da dramatik oluyor. Ben bunu şuna benzetiyorum. Benim malım, eserim, organik domates gibi çamurlu; öbür tarafta da parafinli böyle bir şey var ve vatandaş gidip onu alıyor, aynı tatta ve aynı kalitede olsa dahi. Şimdi bu bir pazarlama tekniği, buna bir şey diyemiyorum, kızıyorum ediyorum ama tutup da New York Times kullanıyorsa ve genel medya ortamında kabul görüyorsa buna diyecek bir şey yok. Bu dijital teknolojinin nimeti diyebiliriz; bunu bir kenara koyalım. Etik sorun değil ama bir sorun yaratıyor bence. Yapalım mı yapmayalım mı? Dijital teknolojinin verdiği gücü nereye kadar kullanacağız? Karanlık odada yapılan kadar müdahale edebilirsin gibi bir durum da var ama bu da yoruma ve suiistimale açık*

bir durum. Karanlık odada da yapabileceğin bir çok şey var. Yani karanlık odanın da bugünkü Photoshop ve Lightroom teknolojileri kadar olmasa da fotoğrafa müdahale gücü vardı."

Antakyalı dijital teknoloji ile birlikte artan manipülasyonların, yalnızca fotoğrafla oynamanın kolaylaşması ile gerçekleşmediğine, bu durumun art alanında dijital teknolojinin meydana getirdiği yapısal sorunların da olduğuna dikkat çekmektedir. Dijital teknoloji ile birlikte reklam gelirleri azalmış, çalışan kadrolu foto muhabiri sayısı düşmüş ve zaman ve hız baskısı ile birlikte editörler daha fazla hata yapmaya açık hale gelmiştir, *"Foto muhabirliği iki kavramdan oluşuyor, muhabirlik ve gazetecilik. Bunun evrensel kuralları ve sınırları var. Basın kuruluşunda çalışan kişi bunlara uymak zorunda, uymazsa işinden olur, itibarından olur. Dijital teknolojiyle birlikte basın kuruluşlarında foto muhabirleri sayısı çok azaldı. Bu açığı farklı kaynaklardan doldurmaya başladılar. Şimdi, gazeteci olmayan kişinin, vatandaşın işten atılma kaygısı olabilir mi? Mümkün değil. Kimisi basını, sosyal medyası gibi kullanmaya çalışıyor ve gazete yönetimleri de medya kuruluşları yönetimleri de ne yazık ki ekonomik olarak başka çareleri olmadığından, farklı kaynaklardan gelen görüntüleri kullanıyor. Şimdi bir de vermeden almak bir Allah'a bir Türkiye'deki medya patronlarına mahsus olduğu için bunlar kar marjını arttırmak amacıyla internetten bedava fotoğraf kullanıyor. Dijitalle beraber reklam gelirleri azalınca, ekonomik olarak kimisi bunu maliyetlerinin azalmasını fırsata çevirmek için, kimisi reklam geliri düşünce başka arayışlara yöneldiği için yapıyor. Bu durum piyasaya sorumluluk taşımayan kişilerin eklenmesine neden oldu. Bu kişilerde çok sayıda sorumsuzluğa imza attılar. Onun dışında basın kuruluşları daha ucuz adam çalıştırmaya başladı. Bu çalıştırdıkları ucuz adamlar da büyük skandallara imza attılar. Editörleri kastediyorum. Çalıştıkları kurumun bünyesinde, dış kaynaktan gelen fotoğrafları, sağlamasını yapmadan ve denetlemeden kullanan, denetim beceresi olmayan, yaptıkları işin büyüklüğünün, sorumluluğunun farkında olmayan editörler var; bunlar enteresan işler yaptılar. Kamuoyuna konuyla ilgili bilgi vereceksin, sen en doğruyu yapmak zorundasın. Ateşi elinle tutmak gibi bir şeydir bu, çok zor bir iştir. Bir örnek vereyim, aranırsa bulunur. Muhafazakar bir gazete, Ramazan ayında etle beslenmeyle ilgili bir haberde domuz pastırması fotoğrafı kullandı. Hayat becerisi, kültürü ve bir fotoğrafın sağlamasını yapma iç görüsü yok. Bir örnek göstermişti İstanbul'dan bir arkadaşımız.*

Mardin ile ilgili bir fotoğraf kullanacaklar, İstanbul'da "Minia Türk"ten çekilen fotoğrafı kullanmışlar. Detaylara dikkatli bakmıyorlar… Zaman baskısı da buna neden oluyor. "Son Akşam Yemeği" tablosu ile ilgili haber vardı; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın da tavuk yerken tabloya eklenmiş olduğu kareyi kullandılar; iki kişi işinden oldu. Şimdi burada dediğim gibi etik, tabi kişinin kendisinden başlıyor fotoğraf çekerken, bu önemli bir olay, bununla ilgili sayısız örnek verebiliriz. Ama medya kuruluşlarında eşik bekçisi dediğimiz editörler vardı; o kale de yıkıldı. Denetimsiz bir sürü mayın geliyor. Aralarında iyi ürünlerde var ama benim mayın olarak gördüğüm ürünler de var. Bunları ayıramıyorlar."

Fotoğraf üzerinde manipülatif oynamaların eskiden de yapıldığını ancak dijitalle birlikte, bu işin çok kolaylaştığını ve fark edilmesinin zorlaştığını belirten Antakyalı, bunun medyada ciddi güvenilirlik sıkıntısı yarattığını belirtmekte, öte yandan, internetle birlikte manipülasyona ilişkinin denetimin arttığını da ifade etmektedir, "*1900'lerin başında, hatta 1800'lerin sonunda da foto montajlar yapılıyordu, karanlık odada da çok şey yapılabiliyordu. Temel farklılık, dijitalle bu sürenin kısalması ve işin kolaylaşması. National Geographic dergisinin ünlü kapağı var, piramitleri yan yana getiren, 1982 şubat ayı herhalde. Şimdi bunlar var, bunlar dijital teknolojiden önce yapılan işler. Olumsuz yanları var ama olumlu yanını da söyleyeyim: bakan göz ve bulduklarını hatayı kamuoyuna duyurabilecek kişi sayısı arttı. Blog yazarları, sosyal medyadan gören insanlar... Editörün üzerinde zaman baskısı çok olduğu için bunları ayrımsayamıyor ama milyonlarca kişinin gözünden kaçmıyor ve bu insanlar da artık bunları rahatlıkla paylaşabiliyorlar. Öyle bir durum olunca yakalanıyor. Dijital teknolojinin en büyük problemlerinden bir tanesi etik. Dünyada fake news denilen sahte, yalan haberler üzerine çok güçlü gidilmeye başlanıyor. Niye? Yayın organını satabilmen için güvenilir olman lazım dijital medyada. Nasıl olacaksın? Abonelikle. Abone edineceksin ki gelir elde edesin. Reklam artık çok zayıf veya gelmiyor. Gelse bile, o kadar çok yere reklam gidiyor ki… Senin eskiden bir ürünün varken, 20 gazeteden birine verecektin reklamı, bunların da 8 - 9 tanesi büyük gazete. Şimdi öyle mi? Oyun siteleri bile reklam alıyor şimdi, herkes reklam alıyor. Kadınlara dantel öğreten site de, popülerse reklamdan pay alıyor. Demek ki reklamı unut. Reklam bir müessesenin yaşaması için birincil konumda değil. İyi içerik üreteceksin, güvenilir içerik üreteceksin; insanlar da para verip sana abone olacak ve sabit abone sayını*

artıracaksın. Amerika'da bazı gazeteler bunu yaptı, basılı nüshasının üzerine çıktı. New York Times'ın içeriğini göremiyorsun ki, 'abone olacaksın' diyor bu haberi okumak için. New York Times'ın içeriğine bir bakıyorum, ansiklopedi okumuş gibi oluyorum, günlük gazetede. Çünkü gazeteciliğe yatırım yapıyor muhabirine parasını veriyor en iyilerini çalıştırıyor, gelirini de elde edecek modelini kurdu kendisi."

Antakyalı, yazılımlarla fotoğraf işlemenin kriterlerini kendi adına şu şekilde belirlemektedir, *"İki tane olay var bu oynamaları yaparken, karanlık odada olsun diğerinde olsun. Biri, bunlardan foto muhabirinin gittiği görevdeki çektiği fotoğrafta tonu tutturamaması. O da aşırı derecede tutmamadan falan bahsetmiyoruz biz. Tonu düzeltme, bir fotoğrafta tonu düzeltebilirsiniz, bir diyafram oynayarak. Orada da bellek, foto muhabirinin belleğidir. Renginde bir patlama olmuştur? Dersin ki foto muhabiri olarak kendi belleğimden bu renk bu değildi ki. Niye böyle? Renkte tuhaflık olmuş bir yerden bir şey gelmiş çok küçük düzeltme yapabilirsin. Bir de anlamı değiştirmeyecek çerçeve. Fotoğrafa herhangi bir katkısı yoktur orayı kırpabilirim. Çekim anında çok hızlı çekmişimdir, orayı görmemişimdir. Farklı bir unsuru silmeden bahsetmiyoruz. Karenin dışarısında fotoğrafın kadraj özelliklerine sadık kalarak düzeltme yapılabilir."*

Kızıl dijital teknolojiyle birlikte, fotoğraf düzeltme sürecinin problemli yönlerinin olduğunun altını çizmektedir. Belli yazılımlar kullanarak fotoğraflarının üzerinde oynamalar yaptığını belirten Kızıl ancak bu yazılımları kullanırken, gerçekliği değiştirmeden, zaman mekan duygusunda bir değişime neden olmadan, belli kriterler içinde hareket ettiğini belirtiyor. Bu noktada hem fotoğrafçının hem de editörün etik davranması gerektiğini belirten Kızıl, *"Bireysel bir eylem içerisinde değiliz, bu iş fotoğrafı çekilen kişi kadar, o fotoğrafa bakacak kişiyi de bu eylemin bir parçası haline getiriyor. O yüzden kişisel hırsların, önyargıların çok üzerinde bir şey bu yaptığımız. Biz insanla insan, insanla doğa arasındaki elçileriz. O nedenle herhangi bir manipülatif müdahale o ilişkiyi hiç ummadığımız kadar tahrip edebilir. Fotoğrafa müdahalelerinin dışında, yayın kısmında da etik kaygısı güdülmesi taraftarıyım. Dediğim şey kesinlikle sansür değil. Hızla o kadar geniş kitlelere yayılıyor ki fotoğrafınız, her bakan kişinin de sorumluluğunu hissederek yayınlamalısınız fotoğrafı."* Kızıl bu noktada, fotoğrafçı, fotoğrafı çekilen, editör ve fotoğrafa bakanlar çerçevesinde bir etik bağlam oluşturmaktadır.

Kızıl etik problemlerin bir diğer kaynağının ise, dijital teknoloji ile birlikte foto muhabiri üzerinde oluşan hız baskısı ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Bir olay anında, foto muhabirinin fotoğraf çekme güdüsünün her şeyden daha baskın olduğunu belirten Kızıl, izleyici üzerinde yaratacağı etkiyi daha sonra editör düzeyinde ele almak gerektiğini belirterek, fotoğrafları yayınlamadan önce empatik düşünmek gerektiğini söylüyor. Kızıl bu süreci şu şekilde özetliyor, *"Çektiğin durum ve objeyi izleyiciye bırakmadan önce foto muhabirinin de biraz empati yapabilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yani o durumda, o anda, o çekilen karakterin kendisiymiş gibi davranması gerektiğine inanıyorum. Bazı anlarda kendinizi kontrol altına alamıyorsunuz; çünkü belirli bir iç güdünüz var ve belirli bir ortama, bir habere gittiğiniz zaman, gözünüz başka bir şey görmüyor. Ne kadar çok görsel yakalarsam benim için o kadar iyi gibi. Yani besleniyorsunuz aslında o görsellerden ama belki fotoğrafa bakıp servis ederken, bu empati durumu biraz daha fazla kurulmalı diye düşünüyorum, çünkü çekerken çok kontrol edemiyorsunuz kendinizi. Her şey görsel olarak önünüze geliyor ve siz onları o anda dondurmak istiyorsunuz. O ana tanık olan sizsiziniz, orada ve başka insanların da tanık olması için, o anları dondurma çabası içerisine giriyorsunuz. Ancak nelerin servis edilip nelerin servis edilmemesi gerektiği noktasında, çok hızlı karar veriliyor. Bir tuşa bastığın zaman bütün fotoğraflar dünya basınına, ülke basınına yayılabiliyor ama bunun öncesinde, o tuşa basmadan önce, empatik düşünmek gerekiyor. Editöryal boyutta, bir nefes alıp o ortamdan çıkıp rahatlayıp o görsellerle baş başa kaldığınızda o zaten çok garip bir şey... Cebeci'de bir otobüs kazası olmuştu. Şoför insanların üzerine sürmüştü belediye otobüsünü. Olay yerine ilk gidenlerden birisiydim ve hayatımda ilk defa böyle bir şeyle karşı karşıya kaldım. Fotoğraf makinesini hiç gözümden ayırmadım çünkü indirdiğin zaman gerçekle karşı karşıya kalıyorsun. Elimden geldiğince çok fazla görsel toplamaya çalıştım. Çektim, çektim, çektim ama sonra fotoğrafları bilgisayara aktardım ve tek tek bakmaya başladığımda ne yaşadığımı, neye tanık olduğumu fark ettim. O olayın sıcaklığı ile fazla hissedemiyorsunuz ama fotoğraflara baktığınız zaman, biraz nefeslenip kendinize geldiğiniz zaman anlayabiliyorsunuz neye tanık olduğunuzu. Bu durumda da şunu düşündüm; evet orada bir insanın ölü bedenini çekmişim, ama o insanın bir yakının fotoğrafı görme ihtimali beni çok ürküttü. Çünkü kendimi o kişinin yerine koymaya başladım ve bir yerde dedim ki, bunları ben yayınlamak istemiyorum. Konuyu*

anlatmıyor zaten. Benim için konu, o kazanın olduğu yerde insanların maalesef ki öldüğü üzerine bir şeydi, ama ölü yatan insan bedeninin benim konumla hiçbir alakası yok. Sayısal anlamda evet istediğiniz kadar fotoğraf geçebilirsiniz ama sayılar bazen insanları incitebiliyor ona dikkat etmek gerekiyor."

Suna dijital teknolojinin fotoğraflarda manipülasyonu kolaylaştırmasının, foto muhabirliğinde ciddi problemlere neden olduğunu, foto muhabirliği ile gerçeklik arasındaki bağlantının zayıfladığını belirtmektedir. Bu uygulamaları sınırlayacak ya da bunlara dair kriterler koyacak kurumsal bir yapının olmadığına dikkat çeken Suna görüşlerini, *"Şu an fotoğrafınızı tanınmayacak hale getirilebilecek kadar filtre, Photoshop, buna ne derseniz deyin bir çok şey kullanılıyor. Fotoğrafta manipülasyona çok uygun bir zemin yaratılıyor. Aynı yerde, aynı şekilde fotoğraflar çekilse de yazılımlarla çok daha başka şeyler ortaya çıkıyor. Bu da foto muhabirliğinin, Instagram, Facebook gibi albenisi çok yüksek sosyal medya alanlarındaki görsellerin üzerinde oynanmış olarak topluma sunulmasından etkileniyor. Bir foto muhabiri çektiği fotoğrafı Instagram'da yayınlıyor ve fotoğrafı tanıyamıyoruz artık. Öyle renkler öyle filtreler öyle değişiklikler oluyor ki, bu fotoğraf mı, çizgi film mi, karikatür mü olmuş çok tartışılır. Öyle insan teni renkleri görüyorum ki, imkansız yani. Çıplak gözle göremeyeceğiniz cilalı tenler var haber fotoğraflarında ya da herkes sanki karaciğer hastası; kıpkırmızı yüzler, simsiyah geçişler kontrastlar. Şu an yaşadığımız en büyük sorun bu. Buna izin veren, vermeyen kurum ve kuruluşlar var. Tartışması zaman zaman yapılıyor. Azı ajans ve gazeteler bu tip oynamalara izin veriyor ama bazları Photoshop'u bırakın fotoğrafı kırpmayı bile yasaklıyor ya da Raw çekmeyi bile yasaklıyor, fotoğraf manipülasyona açık olmasın diye. Bunun tartışma seviyesinin bence biraz daha ortalarındayız. Ne zaman sonuna ulaşılır ya da bunu kim sonuna ulaştıracak? Öyle bir kurum, kuruluş da yok. İsteyen yapar, isteyen yapmaz ya da isteyen teknolojik gelişimin olumlu isteyen de olumsuz yönünü kullanır. İsteyen teknolojiye hiç bulaşmaz, isteyen dibine kadar bulaşır. Bu konuda yaptırım uygulayacak herhangi bir foto muhabirliği federasyonu ya da foto muhabirliğinin kriterlerini belirleyen bir kurum olmadığı için, artık bu tercihler, bireysel ya da kurumsal küçük farklarda ortaya çıkıyor"* şeklinde ifade etmektedir.

Özmen benimsediği fotoğraf anlayışı çerçevesinde fotoğraflar üzerinde bir oynama yapmadığını, dijital teknoloji ile birlikte fotoğraf üzerinde bu tip

manipülasyonların kolaylaşmasının ve bunu kontrol edecek bir mekanizmanın olmamasının sıkıntılı bir durum yarattığını belirtmektedir, *"Hindistan veya Pakistan asıllı İngiliz bir fotoğrafçı Souvit Datta, Mary Ellen Mark'ın bir fotoğrafındaki bir objeyi, kişiyi keserek kendi fotoğrafı içerisine monte ediyor ve onunla birlikte başka bir hikaye anlatıyor. Biri kendisine ait olmayan iki fotoğrafı birleştirerek insanlarla başka bir gerçeği, kendi gerçeğini, yani yalan olan bir gerçeği paylaşıyor. Sonrasında bu büyük bir yankı uyandırdı geçtiğimiz yıl foto muhabirliği dünyasında, etik anlamında. Her şey manipülasyona çok müsait hale geldi dijitalin bu anlamdaki gelişimi ile. Muhtemelen böyle bir montajı karanlık odada 70 yıl önce, 50 yıl önce yapamazdık. O kadının kesilip, o fotoğrafın o şekilde monte edilmesi, karanlık odada çok büyük bir işçilik istiyor. Bunu yapamazdın muhtemelen, böyle bir olanak yoktu yani karanlık odada, analog fotoğrafta. Ama bugün bu Photoshop dediğimiz dijital fotoğraf enstrümanları sizin fotoğrafı çok rahatlıkla manipüle edebilmenizi sağlıyor. Bunun yanında fotoğrafın dijital platformlarda yanlış ve yalan bilgiler eşliğinde manipüle edilerek yayılması ve dağıtılması da söz konusu, ki bu daha büyük bir sorun. Yani böyle bir şey ve artık bunun gibi birkaç örnek daha var. Steve McCurry'nin hikayesi var: Fotoğrafından bazı objeleri kesip başka bir fotoğraf haline dönüştürüp paylaştığını yıllar sonra keşfettik. Artık yalan söylemek çok basit ve bu yalan yüz binlerce insanla hızlı paylaşabilir hale geldi. Bugün yaşadığımız sorun bunun kontrolünün yapılamıyor olması. Bunu kontrol edecek bir mekanizma yok. Bir fotoğrafçı ortaya fotoğraf diye bir şeyler koyuyor; orada kendince belgesel ve dürüstçe bir şeyler anlatmaya çalışıyor ve altında bambaşka hikaye buluyoruz bir kaç yıl sonra. Bunu kontrol edecek bir mekanizma yok, ama tahmin ediyorum ki bunların sayısı artacak önümüzdeki yıllarda ve bunu kontrol edebilecek bir mekanizma gelişecek. Fotoğraf etik polisleri gibi… Onlar ortalıktaki fotoğrafları bir şekilde analiz edip yalandır veya doğrudur gibi bir yere taşıyacaklar."*

Akcan dijital teknoloji ile meydana gelen etik problemleri sadece manipülasyonla sınırlamamaktadır. Akcan bu problemleri, özellikle sosyal paylaşım ağları ve internette kullanılan fotoğraflarda, fotoğrafçının telif hakkı, fotoğrafçının fotoğrafı çekilen kişi ya da kişilere karşı sorumluluğu ve fotoğrafın bağlamı çerçevesinde ele almaktadır, *"Fotoğraf sadece fotoğrafçının değil, aynı zamanda çektiği insanların da. Fotoğrafçının, çektiği konuya karşı da sorumluluğu var. Herkesin*

her şeyi çekip kendi bakış açısıyla paylaşıyor olması, yarın öbür gün o fotoğrafın - sosyal medyadan fotoğraf almak çok kolay- alınıp başka bir yerde kullanılması sıkıntı yaratıyor. Sen bir bağlam içinde fotoğrafı çekmişsindir veya konuyu çalışmışsındır, o konu başka bağlamda başka bir yerde yayınlanıyor olabilir. Çoğu kez başımıza geliyor. Sorulmadan, isim belirtmeden bir şekilde fotoğraf alınabiliyor ve bambaşka bir haberde kullanılabiliyor. Şimdi bunun şöyle sakıncası var bir fotoğrafçı için; telif meselesi var; isim belirtmeme meselesi var. İkincisi ve daha vahimi, eğer o fotoğraftaki insan belli ise, yüzü belli ise, o insan için çok büyük bir sorun yaratır ve bundan fotoğrafçı sorumlu. Bunu öngörebilmek gerekiyor, bunun önlemlerini alabilmek gerekiyor. Etik açıdan sen bunun önemini biliyorsan mutlaka takip etmen gerekiyor. Bu fotoğraf bu bağlam dışında kullanılamaz gibi. İnsanların yüzlerinin çok belli olduğu fotoğrafları, insanların belli olduğu şeyleri biz kullanmıyoruz. Veya biz bir konu çalışmışızdır, o konu ile ilgili bir dergi bir araştırma yapmıştır ve o konuyu almak, yayınlamak ister; o konunun yazısını almak, okumak isteriz. Yani burada dert sadece konu yayınlansın, fotoğraflarımız görünsün değil. O yazının en azından bizim neyle, nasıl çalıştığımızla örtüşmesi gerekiyor. Bunları hep takip etmek gerekiyor, yoksa bizim açımızdan değil ama çalıştığımız konular ve insanlar açısından sorunlu olduğunu düşünüyorum."

Akdoğan, manipülasyonun fotoğrafları gerçeklikten uzaklaştırdığını ancak bu konuyla ilgili sürecin şekillenmeye başladığını ve foto muhabirlerinin uyması gereken kuralların bu süreçte ortaya çıkmaya başladığını savunmaktadır. Akdoğan bu sürecin nesnellik açısından önemine dikkat çekmektedir, *"Dijital devrim bizi çeşitliliğe etti. Bu sürecin olumlu ya da olumsuz yanları sürekli yansıyacak ama olumsuz anlamda fotoğraflar, gerçeklikten çok uzaklaşmaya başladı. Makineyle de alakalı bu durum. Kullanılan Photoshop programıyla fotoğrafları daha dramatik hale getirebiliyoruz, renklerle çok oynanabiliyor. Bir dönem çok kullanıldı, çok eleştirildi. Toplum öyle görmek istiyordu, talep oldu. Ardından gözün gördüğünü yakalamaya çalışmak tekrar ön plana çıktı. Önceleri yapılan oynamalar cazip gelirken şimdi durum tersine dönmeye başladı. Artık istenilen daha çok, fotoğraf üzerinde oynamadan olanı göstermek. Bu sürece geçilmesi de nesnellik açısından önemli. Artık insanlar dramayı değil de oradaki gerçeği istiyor. Bu da foto muhabirini, fotoğraf üzerinde çok oynamadan, öz halini çekmeye yönlendiriyor. Bu bir süreç, yaşanıyor ve değişiyor."*

Akdoğan dijital fotoğrafların kolay aktarılabilir olmasının bir başka etik sıkıntıya yol açtığına dikkat çekmektedir. Foto muhabirlerinin birbirleriyle fotoğraf alış verişi yaparak, çekmedikleri bir olayı dahi kendi isimleriyle yayınladıklarını, bunun ise foto muhabirlerini tembelliğe ittiğini iddia etmektedir, *"Çok fazla fotoğraf alıp verme olayı var. Etik olarak doğru olmayan bir olay. Başka bir foto muhabirinden fotoğraf alınması o kadar kolay ki. çoğu görevlerde artık insanların fotoğraf çekmeyip başkasından aldığını ve kendi adıyla yayımladığını görüyoruz. Bunu hepimiz yapıyoruz, kaçınılmaz olmaya başladı. Bu anlamda da biraz tembelliğe itti."*

Bayhan foto muhabirliğinde gerçeklik ve etik problemlerin dijitalden önce de var olduğunu ancak dijitalle birlikte bir kırılma yaşandığını belirtmektedir. Alanın manipülasyon ve fotoğrafa müdahaleyi kaldırmadığını ancak yaşanan sıkıntıların temelde foto muhabirinin kendisinde bittiğini, bu anlamda foto muhabirlerinin otokontrol mekanizmasını çalıştırmasının ve editöryal denetimin artmasının etik problemleri çözeceğini savunmaktadır.

Bektaş kurmaca fotoğraflar çekilmesi, mizansenler yapılması gibi etik problemlerin her zaman var olduğunu ancak dijitalle birlikte yazılımlar ve filtreler aracılığıyla fotoğraflar üzerinde oynamaların daha kolay yapıldığını belirtmektedir. Etik yaklaşımların kişiden kişiye ya da kurumdan kuruma değiştiğini ancak hem gazeteci etiği hem de fotoğrafçının dijital teknolojilerle birlikte yüklendiği yeni etik kuralların, kişinin kendi sorumluluğunda olduğunu savunan Bektaş diğer taraftan internet sayesinde manipüle edilen görüntülerin fark edilmesinin de kolaylaştığını iddia etmektedir, *"Fotoğraf daha erişilebilir hal aldığı için orijinaline ulaşmak ve manipüle edilmiş fotoğrafları yakalama işi de gelişti. Belki negatif çekerken bir sürü rezalet yaşanıyordu ama belki sadece X dergisi ya da gazetesinde yayınlandığı için insanlar görmüyordu ama şimdi internet çok açık. Manipüle etmek konusunda kaygı verici bir rahatlık var ve çok ucuz teknolojiyle çok ciddi manipülasyonu başarıyla yapabileceğin bir teknoloji var. Öte yandan bunun cevapları da var. Her fotoğrafçı "history" sini açmak zorunda ve karşısındaki editörün yazılımı, senin yaptığın her ayarı görebilecek noktaya getiriyor."*

Berkin fotoğrafın sanatsal üretiminde kullanılan bazı tekniklerin dijitale birlikte foto muhabirliğinde de kullanılmaya başlandığını ancak insanın görme algısı dışında

yaratılan fotoğrafların, haber fotoğrafında kullanılmasını etik bulmadığını belirtmektedir. Bu tip dokunuşlarla fotoğrafların insanları bir duyguya yönlendirdiğini ancak foto muhabirinin anı yansıtması gerektiğini savunan Berkin'in görüşleri şu şekildedir: *"Zamanla mutlaka etik çizgi oturacaktır ama öyle hale geldik ki, video kayıttan alınıp kullanılacak artık fotoğraflar. O noktaya gidiyor. Bu şekilde gerçeği yeniden yorumluyoruz. Çekilmiş bir gerçeğin üstüne yeniden kurguluyoruz. Ama olması gereken o değil. Dışarıdan müdahaleyle bir şekilde gerçeği saptırıyorsun aslında."*

Fotoğraflar üzerinde yapılan manipülatif oynamaların temelleri dijital teknoloji öncesine dayanmaktadır ancak dijital teknoloji ile birlikte bu tip girişimler hem sayıca artmakta hem de fark edilmesi zor hale gelmektedir. Buna bağlı olarak günümüzde bu tip fotoğrafların servis edilme sayısının arttığı gözlemlenmiştir. Ancak manipüle edilmiş fotoğrafların servis edilmesinde yaşanan artışta tek etkenin fotoğraf işleme yazılımları olmadığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. İnternet ortamı nedeniyle artan hız baskısı editörlerin denetim süresini azaltmakta ve bu baskı nedeniyle teyit etme süresi kısalmaktadır. Diğer taraftan bütçelerin daralması nedeniyle medya kuruluşları internetten temin ettikleri fotoğrafları kullanmakta ve ehil olmayan kişileri istihdam etmektedir. Bunun sonucu olarak denetim mekanizması zayıflamaktadır. Manipüle edilmiş fotoğrafların yayınlanmasındaki artışa ilişkin bir diğer nokta ise fotoğraflar üzerinde yapılacak oynamaların kriterlerini belirleyecek bir kurumsal yapının ya da denetim mekanizmasının bulunmayışıdır.

5.1.2.3. Anlatı – Üsluba İlişkin Bulgular

Fotoğraf bir anlatım dili olarak teknik olanakların sınırlarına ve aktarıldığı medyanın özelliklerine göre farklı üsluplara sahip olmuştur. Örneğin Leica olmasaydı, Robert Capa'nın olmayacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Eğer o günkü teknolojik koşullar el vermeseydi, bugün dünyada savaş fotoğrafı deyince ilk akla gelen fotoğraflardan biri olan, Rober Capa'nın İspanya İç Savaşı'nda vurulup düşen asker fotoğrafının çekilmesi mümkün olamazdı. Bunun benzeri örnekler günümüz foto muhabirliği pratiklerinde çokça görülmektedir. Foto muhabirleri teknik olanakları zorlayarak estetik açıdan yüksek niteliklere sahip fotoğraflar üretmektedir. Dijital teknoloji bu anlamda foto muhabirlerine geniş olanaklar sunmaktadır. Diğer taraftan yeni medya ortamlarının sağladığı olanaklar da en az resimli dergilerin 1920'li yıllarda foto muhabirliğinde yarattığı kadar değişime neden olmuştur. Teknolojik yöndeşme

olgusu ses, metin ve görüntünün bir arada aktarımına olanak sağlamaktadır. Bu sayede foto muhabirleri için internet ortamında multimedya anlatılar oluşturma imkanı doğmuş ve fotoğrafın aktarım biçimleri değişmiştir. Ancak katılımcıların bu konuda çok farklı ve hatta taban tabana zıt görüşmeler ortaya koymuşlardır.

Dijital teknolojinin ardından gelinen süreçte foto muhabirliğinin insan, sanat ve estetik odaklı bir noktaya geldiğini belirten Kızıl, bunun profesyonel foto muhabirleri için, çok fazla görsel üretilen dünyada sıradanlıktan kurtulmak adına gereklilik olarak ortaya çıktığını savunuyor, *"Herkes fotoğraf çekiyor ve bu fotoğraflardan seni ayıracak bir noktanın olması gerekiyor. Bunu ayırt edebileceğin nokta da fotoğraf sanatı. Bu estetik kaygın, insani kaygın, hayat görüşün bunlar ayırır seni."* Kızıl bu konudaki görüşlerini dijital medya ve yurttaş gazeteciliği olguları çerçevesinde ortaya koymaktadır, *"Dijitalleşme, insanların fotoğraflara olan tepkilerini azalttı, çünkü çok fazla görsel veri var insanların kafasında. Bu nedenle insanlar biraz daha farklı bir şeyler arıyorlar. Foto muhabirliğinde de şöyle bir etki yarattı: Spot haberlerdense proje bazlı, belgesel bazlı bir anlatım durumuna geçti foto muhabirliği, estetik kaygılar ortaya çıktı. Örneğin yurttaş gazetecilik var. Elimize kamera, fotoğraf makinesi alıyoruz çekiyoruz ama bu herkesin çekebileceği bir şey, bunu biliyoruz. Foto muhabirinden beklenen şey daha estetik kaygılar barındıran daha insani, daha duygu yoğunluklu işler."* Kızıl spot haberler dışında günümüzde foto muhabirliğinin belgesel fotoğrafa giderek yaklaştığını ve uzun soluklu çalışmaların değer kazanmaya başladığını iddia etmektedir. Herkesin fotoğraf üretebildiği bir ortamda foto muhabirlerinin fark yaratabilmesinin yolunun estetik olarak güçlü anlatılar sunmakla mümkün olabileceğini belirten Kızıl, foto muhabirlerinin hikaye anlatıcı kimliğinin öne çıkacağını düşünmektedir, "*Artık spot haberden foto muhabirliği sıyrıldı gibi. Yani olay anını yakalamak değil de, o an bütünlerinin oluşturduğu yaşama kaygılarını, belki duygu yoğunluklarını aktarmak, biraz da anlatıyı güçlendirmek gerekiyor. Ben aslında bunun bizim foto muhabirleri açısından iyi bir adım olduğunu düşünüyorum. Neden? Belki biraz uzaktık aslında çektiğimiz objelere, insanlara eskiden. Daha spot şeyler arıyorduk. Yani insanları tanımak yerine, o an yaşadıkları şeyleri o andan alıp başkalarına aktarmaktı amacımız ama şimdi olay biraz daha farklılaştı. İnsanlarla vakit geçirmemiz gerektiğini anladık mesela; çünkü fotoğraflarımızda duygunun olması gerektiğini anladık. Bu duyguyu anlamak için de o insanlarla vakit geçirmemiz o*

insanların hayatına dokunabilmemiz gerekiyor. Çünkü bir olaya gidip çat çat fotoğraf çektiğinizde, o insanın sadece bir anına tanık oluyorsunuz aslında, o insan hakkında hiçbir şey anlatmıyorsunuz. O insanı tanımak adına çaba sarf etmemiz gerektiğini fark ettik bence. Bu, dünyada belki daha önce başlamış bir şey, Türkiye'de biraz daha yeni yeni yapıyoruz bu işleri. Daha belgeselci bir yaklaşımla yaklaşıyoruz. Yani foto muhabirliği artık biraz sanatın biraz belgeselci yaklaşımın harmanlanmış bir hali oldu artık. Ben bir proje yapmak istediğim zaman genelde gidiyorum, bir süre sohbet ediyorum, konuşuyorum. Yani bir müddet fotoğraf makinesini çıkarmadan sohbet etmeye çalışıyorum ki, o insanlarla arana fotoğraf makinesi girdiği zaman, arana demir sokmuş gibi bir şey oluyorsun, bir duvar sokmuş oluyorsun. Senin yerin orası benim yerim burası gibi bir durum söz konusu oluyor. Önce fotoğraf makinesini aradan çekip bire bir insani yaklaşımla sohbet ettiğin zaman, aslında o insanların içerisine daha fazla girebiliyorsun. Ondan sonra fotoğraf çekerken, bu insanlar seni yadırgamıyorlar. Fotoğraf makinesini normalleştiriyorlar ve aslında oldukları gibi oluyorlar. Daha gerçekçi şeyler yakalayabiliyorsun böylece. Ben artık foto muhabirliğinin belgesel fotoğrafçılıktan çok farklı olmadığını düşünüyorum. Bana öyle geliyor, neredeyse bire bir gidiyor. Bu spot haberler dışında, bir olay olduğunda orada olmamız gerekliliği dışında, belgesel fotoğrafçıdan hiçbir farkı yok foto muhabirliğinin. Bence biraz daha oraya evirilecek gibi görüyorum. Daha uzun soluklu işlerin yapıldığı daha fazla kaygının güdüldüğü. Yani insanların tek bir karede kaygısını çok fazla anlatamazsınız ama uzun soluklu çalıştığınız zaman o işlerde o duyguyu daha rahat aktarabiliyorsunuz karşıdakine. İzleyicide bunun farkına varıyor. World Press Photo'daki yarışmalara katılanların fotoğraflarını, kazanan fotoğrafları gördüğünüz zaman, bunların hepsinin uzun soluklu olduğunu fark ediyorsunuz. Evet spot haberler de var ama onun dışında insanların daha içine girebildiği daha hayatı onlarla beraber yaşıyormuşçasına hissedebildiği işler olması gerektiğini düşünüyorum. O nedenle biraz daha belgeselciliğe ve hikaye anlatıcılığına yönelecek."

Bayhan teknolojik yenilikler ve özellikle sosyal medya platformlarında gerçekleşen farklı görüntü aktarım şekillerine bağlı olarak yeni anlatım biçimlerinin gelişmesi ve foto muhabirlerinin çalışmalarını aktarması noktasında bu olanakları kullanması gerektiğini savunmaktadır. Özellikle sosyal medyanın kitlelere ulaşmak ve işlerini insanlara ulaştırmak konusunda önemli olanaklar sağladığını ve son bir iki yılda

fotoğrafın dışında anlatım biçimlerini de kullandığını belirten Bayhan, foto muhabirlerinin bu yeni olanaklar konusunda kendilerine yeni yollar bulması gerektiğini belirtmektedir. Fotoğraf, video ve sesi entegre ederek oluşturulacak yeni anlatım biçimlerinin daha büyük kitlelere ulaştığını iddia eden Bayhan, "*Fotoğrafları ve videoyu bir şekilde birbirine entegre ederek oluşturmak zorundayız. Ben bunu hayatım boyunca reddettim. Fotoğrafın salt fotoğraf olarak kalması gerektiğini savundum. Ancak fikrim değişti, keşke daha önce video da çekseymişim çünkü çok daha izlenebilirliği var ve foto muhabirinin geldiği süreçte de video çekmeme lüksü yok. Artık çok büyük ajanslar bile foto muhabirlerinden video çekmesini istiyor. Ve foto muhabirliği farklı bir yere gitmeye başladı. "Ataköy Şirinevler" adlı sosyal, politik ayrımı anlatan bir çalışma yapmıştım. 5 yıl önce yaptığım çalışmaydı. Facebook'a yükledik ve çok fazla insan bunu görmedi. Nasıl bir dil oluştururuz da insanlar bunu görür dedik ve işin içine video ve ses sokmaya karar verdik. Gidip video çektim, röportajlar yaptım. Montaj başına oturup fotoğrafları da buna entegre ettik. Binlerce yorum gelmeye başladı. Görünür kılmak için bu yöntemleri entegre etmek zorunda olduğumuzu anladım."*

Bayhan, dijital medya ile birlikte insanların fotoğraflara bakma biçimlerinin de değiştiğini, hızın arttığını ve foto muhabirlerinin değişen aktarım biçimlerine göre kendilerini yenilemeleri gerektiğini savunmaktadır. Çalıştığı sosyal medya platformunun binlerce kişiye ulaştığını ve bunun fotoğrafın ulaşılabilir olması noktasında, basılı gazete ve dergilere göre çok daha etkili olduğunu iddia etmektedir. Bayhan foto muhabirlerinin değişen bu yapıya ayak uydurmasının gerekliliğini şu sözlerle aktarmaktadır, "*Foto muhabirliğinin geldiği noktada ses ve videoya direnç göstermemek lazım. Hiçbirisi birbirinden bağımsız değil. Multimedya, projeleri çok daha görünür ve anlamlı kılıyor; sizin derdinizi daha iyi anlatmanızı sağlıyor. Buna direnecek noktada değiliz. Ben bunun farkına vardım ve kendimi böyle konumlandırıyorum. Şu an obezite konusunu çalışıyorum. Bunu Instagram Story olarak nasıl anlatırım diye düşünüyorum. Yazısı, dik kadraj videosu, fotoğrafı, sonuçta amacım bunu görünür kılmak. Benim için çok yeni bir şey, yeni olması da heyecan verici. Çünkü gazetede basılı mecralarda anında tepki alamıyorsunuz ama bunda direkt bir tepki de var. Bunu anında ölçmek de güzel. Bence önemli bir nokta sosyal medya araçları. Hız kazanması ve buna uygun bir dil oluşturmak önemli. Saniyelik bakılan hikayelerden de*

bir şey aktarma yeteneğini geliştirmemiz lazım. On kare ile bir şey anlatıp, sonra insanların hikayenin tümüne kaymasını sağlayabiliriz. Bu hıza adapte etmek zorundayız kendimizi. Bu anlamda farklı noktalarını bulduktan sonra gelinen noktada görselliğin bir şey kaybettiğini düşünmüyorum. Kendini doğru konumlandırıp güncellemek de çok önemli. Fotoğraf sabit kalan bir şey değil. Katı kurallar da koymamamız lazım. Kitap, sergi bunlar farklı yerde ama önemli olan insanlara göstermekse fotoğrafı, kendimizi de güncel durumlara adapte etmek zorundayız."

Antakyalı foto muhabirliğinin anlatım biçimlerinin gelişmesi gerektiğini, *"Yeni anlatım biçimleri çok çok önemli, çünkü sıcak haberi vatandaş yapıyor, öyküleri fotoğrafçılar yapacak"* sözleriyle yorumlamaktadır. Ayrıca teknolojik getirilerin günümüzde yeni imkanlar sağladığını da şu örneklerle ifade etmektedir: "*2016 yılında World Press Photo ödülünü kazanan Warren Richardson'un fotoğrafı aklıma geldi ve ondan sonra onu Robert Capa ile eşleştirdim. Mültecilerin göçü ile ilgili bir fotoğraftı, siyah beyaz bir kareydi. Sınırdan çocuğu geçirmeye çalışan baba, tellerin arasından çocuğu uzatıyor, dayısı ya da amcası da çocuğu alıyor. Gece çekilen bir fotoğraf. Exif değerlerine baktım 6400 ASA ile çekilmiş, 5 enstantane ile çekilmiş fotoğraf. Çünkü ışığı kullanmamak gerekiyor; yerleri belli olur insanların. Robert Capa gelmiş geçmiş en büyük savaş muhabirlerinden bir tanesi. O dönemin 100 asa filmi ile bunu çekmesi mümkün değil ve bu olayı tarihe bırakamazdık. Baktığımızda teknik olarak dijital fotoğraf makinelerinin, teknik yeterlilik açısından yaptığımız işi çok çok kolaylaştırdı. Gittikçe ölçüm olaylarından tut, netliği yakalamaya kadar, içerisine o kadar çok varyasyonlar koydular ki foto muhabirleri artık işin zanaat yönünden, daha yaratıcı bir noktaya evirildiler. Eskiden çektiğiniz fotoğrafta, bu filmin banyo ısısı neydi onu düşünürsün, filmi makinenin içerisine iyice oturttun mu bunu düşünürsün, çektiğin fotoğrafları aynı anda kontrol edemediğin için, bazen farklı ışık aralıklarında çok önemli olayları hızlıca yapmaya çalışırsın... Şimdi sadece yoğunlaştığımız çerçeve bizim. Düşünüyoruz ve o düşündüğümüzü yaratıcı bir şekilde ortaya koymaya çalışıyoruz."* sözleriyle aktarmaktadır.

Sezer, dijital teknolojinin ardından ortaya çıkan medya ortamının, foto muhabirlerini kalitesiz üretimler yapmaya ittiğini iddia etmektedir, *"İnsanların artık bir fotoğraf için, ışık için vakit geçirmesine gerek kalmıyor ki, filtresi var vs. Bunu da bayağılaştırıyor bunu da basitleştiriyor. Ve o kadar vakti de yok onu üretecek, başka bir*

şey daha üretecek. Hele web sayfasına çalışıyorsa… Profesyonelliği zayıflatıyor, disiplini zayıflatıyor, kolaya kaçıyor ve niteliğini daha az kullanıyor foto muhabiri. Çünkü bütün olay makinede ve filtrede."

Özmen fotoğrafın yayınlandığı mecralarda yaşanan değişimin ve fotoğraf makinelerine eklenen video çekme özelliğinin, foto muhabirinin anlatı kurma alanlarını genişlettiğini ve ona yeni olanaklar tanıdığını iddia etmektedir, *"Artık kağıt baskısını bırakan gazeteler var, sadece online devam eden medyalar var. Eskiden bu gazeteler, bir fotoğrafla bir haberi anlatabiliyorlardı ama artık online yayınlamaya başladıkları için hepsi artık online departmanlarını geliştirmek zorunda kaldılar. Böylelikle tek fotoğraf anlayışı biraz daha çoklu fotoğrafa dönüştü. Çünkü artık insanlar cep telefonlarında sadece parmak dokunuşuyla birlikte 20-30 tane fotoğrafı izleyip bir hikayeyi anlamaya çalışabiliyor. O anlamda biraz daha foto röportaj anlayışı, kültürü gelişti, gelişiyor diyebiliriz. Ama bir yanda bir gelişme daha oldu. Artık bizim makinelerin içerisine video kaydeden aparatlar girmiş oldu. İlk video çeken kameram Canon 5 D Mark II idi; fotoğraf çekebiliyordum ama aynı zamanda istersem video da kaydedebiliyordum. Bu avantaj medya organları, medya kuruluşları tarafında da kullanılmaya başlanıldı. "Emin, madem sende 5 D Mark II var, video da kaydedebiliyorsun bize video da kaydeder misin?" e dönüştü ve ben aynı zamanda fotoğraf ve videograf olmuş oldum bir anlamda. Bu zorunluluk değil, bunu yapmıyorsan yapacak kişiyi bulurlar. Birincisi öyle bir şey var, hem rekabette ayakta kalmak istiyorsan bunun seçimini yapmak zorundasın. Ya kabul edeceksin ya etmeyeceksin. Benim için durum öyle değil. Ben fotoğraf delisi değilim. Benim için önemli olan şey hikaye. Hikayeyi ben ıslık çalarak anlatabiliyorsam makineye ihtiyacım dahi yok ama hikaye anlatabilmek için kullanabileceğim ne varsa hepsini kullanmaya çalışan bir adamım. Video benim için büyük bir reform diyebilirim. Benim derdim hikaye anlatmak ve bazen fotoğrafın anlatamayacağı anlar, videonun daha güçlü olabileceği anlar, kaydedilebilir ve anlatılabilir."*

Bektaş günümüzde dijital makineler sayesinde herkesin belirli bir düzeyde fotoğraf çekebildiğini ancak profesyonel foto muhabirlerinin varlığını sürdürebilmek adına daha sansasyonel şeyler, herkesten farklı kompozisyonlar ve içerik olarak daha gidilmeyen çekilmeyen şeyler çekmek zorunluluğu hissettiğini vurgulamaktadır, *"Ben şu an Doğu Ekspresi röportajı yapıyorum. 1 milyon fotoğrafı yayımlanmış*

Instagram'da. Sen profesyonel bir fotoğrafçı olarak bunların olduğunu bildiğin için, çektiğin fotoğrafların başka bir şey olması gerektiğini düşünüyorsun. Bizim işimizi zorlaştırdı. Biz daha farklı olmalı ve bunu yayımlatmalıyız. Yoksa adam alır Instagram'dan kullanır."

Berkin dijital fotoğraf makinelerinin teknik olarak sağladığı olanakların foto muhabirinin bakış açısını ve üslubunu kaybetmesine neden olduğunu savunmaktadır, *"Tamamen makineye bıraktığında, makinenin teknik yeterliliği kişinin bakış açısını kaybetmesine neden oluyor. O zaman bakıyorsun 10 kişi de fotoğraf çekse, birbirlerine çok yakın ve aynı. Neredeyse ayırt edilemeyecek kareler görüyorsun. Kendine has bir kimlik sunamıyorsun. Ara Güler fotoğrafına bakınca kokusunu alırsın mesela, tarzı vardır. Onu pek göremiyorum. Üslup kayboluyor, çünkü teknik kolaylık seni makineye bağımlı hale getiriyor. Senin bu kolaylıktan yararlanarak aslında yapamadıklarını yapabilmen, belki daha yaratıcı şeyler yapabilmen söz konusuyken makinenin yeteneklerine hapsoluyorsun."*

Dijital teknoloji ile birlikte fotoğraf üretim biçimlerinde yaşanan değişime ek olarak medyanın sunduğu yeni anlatı olanakları foto muhabirliğine ilişkin estetik yaklaşımların ve anlatı biçimlerinin de değişmesine neden olmaktadır. İlk olarak teknik açıdan yeterliliği artan fotoğraf makineleri sayesinde dijital teknoloji öncesinde çekilmesi neredeyse olanaksız olan fotoğraflar ortaya konabilir hale gelmiştir. Diğer taraftan fotoğraf makinelerine entegre edilen video çekme özelliği ile birlikte hareketli görüntü foto muhabirlerinden beklenen ürün haline gelmiş diğer taraftan videonun kullanımı anlatı olanaklarının gelişmesine neden olmuştur. Bütün bunların dışında özellikle sosyal medya ortamlarındaki görsel yoğunluğu ve yurttaş foto muhabirliği gibi olgular foto muhabirlerini özgün işler yapmaya itmektedir. Belgesel fotoğraf anlatısına yakın, uzun soluklu, sanatsal ve estetik yönü güçlü, hikaye anlatıcısı karakterini ortaya koyan yaklaşımlar foto muhabirlerine özgün çalışmalar ortaya koyma olanağı sağlayacaktır. Ayrıca sosyal medyanın yarattığı paylaşım kültürü foto muhabirliği adına önemli bir avantaj olabilir. Sosyal medya platformları tarafından sürekli yenilenen paylaşım biçimleri dahilinde, fotoğraf ve projelerin sunumu foto muhabirinin çok farklı ve geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilmektedir. Katılımcılar genel olarak, dijital teknolojinin hem fotoğraf üretim hem de paylaşım olanakları açısından foto muhabirliği anlatısına katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Ancak buna karşı görüşler de söz

konusudur. Bu görüşe göre; dijital teknoloji fotoğrafın kolay üretilebilir ve tüketilebilir bir hal almasını sağlayarak, fotoğraf üretim aşamasında kaliteyi düşürmekte ve foto muhabirlerinin iş disiplinini azaltmaktadır. Makinelerin teknik yeterliliği artık neredeyse insan faktörünü ortadan kaldırmakta ve makinenin arkasında bir göze ihtiyaç kalmamaktadır.

5.1.2.4. Sosyal Medyaya İlişkin Bulgular

Sosyal medya ortamları yarattığı kültür ve ortaya çıkardığı yeni olanaklarla foto muhabirliği üzerinde etkili olmuştur. Foto muhabirleri editörlere ulaşabilmek ve çalışmalarını yayınlatmak gibi profesyonel amaçlarla sosyal medya ortamlarını kullanabilmektedir. Diğer taraftan sosyal medya etki alanlarını genişleterek ve geri bildirim almalarını sağlayarak foto muhabirlerinin manevi anlamda da doyum sağlamasına neden olabilmektedir. Diğer taraftan sosyal medya ortamlarının manipülasyona ve dezenformasyona açık yapısı negatif etkileri de beraberinde getirmektedir.

Antakyalı fotoğrafın dijital öncesine göre demokratikleştiğini vurgularken bu süreçte sosyal medyanın büyük payı olduğunu belirtir, "*Ben eski dönemlerde kadrolu çalışan foto muhabirlerini ruhban sınıfı olarak tanımlıyorum. Ruhban sınıfı neydi, ortaçağa baktığımızda yazı ve okuma, çok küçük grupların tekelindeydi ve bunlarda istediği gibi herkesi yönlendirebiliyordu. Fotoğraf da böyleydi. Fotoğrafı çekmek kolaylaştı, fotoğrafçılıkla, foto muhabirliğini ayıran çizgi gittikçe inceldi. Eskiden bu daha belirgindi. Çektiğin fotoğrafı bir yerde yayınlatman gerekiyor ancak geçmişte yayına kimse ulaşamıyordu, herkesin kadrolu foto muhabirleri vardı. Bu kadrolu foto muhabirleri hiç kimseyi aralarına kabul etmiyor ya da gazetelerde, dışarıdan fotoğraf alma alışkanlığı yoktu. Ancak mesleki olarak birisi buraya girecekse belli şartlarla onu da aralarına katarak devam ediliyordu."* Antakyalı dijital medya ortamında insanların editörlere ulaşmasının kolaylaştığını ve bu durumun foto muhabirliğini demokratik hale getirdiğini savunmaktadır. Kurucusu olduğu Depo Photos fotoğraf ajansına, foto muhabiri olmayan insanların, fotoğraflarının değerlendirilmesi için internet üzerinden başvuruda bulunduğunu belirten Antakyalı dünya çapında büyük medya kuruluşlarının da sosyal medyadan buldukları fotoğrafçılarla çalışabildiklerini ifade etmektedir, "*Time, Instagram üzerinden bulduğu fotoğrafı kapak yaptı ve o kişi daha sonra New York Times'ın foto muhabiri oldu. Artık Instagram üzerinden insanlar keşfediyorlar. Bizim*

özgün hikayeler bulup bunları doğru çekecek foto muhabirlerine ve bunları iyi seçecek editörlere günümüzde her zamandan daha fazla ihtiyacımız var. Basın kuruluşları bunlarla iş yapıyor. New York Times, içeriğini sadece yazıyla değil fotoğraflarıyla güçlü hale getirdi. En güçlü fotoğraf editörlerini çalıştırıyorlar, en doğru isimleri buluyorlar ve en yaratıcı fikirlerle çıkıyorlar. Times'ın fotoğraf editörü Kyra Pollack, dünyanın en güçlü kadınlarını çekecek; bu işi Instagram üzerinden bulduğu Brezilyalı 23 yaşındaki bir kadına, cep telefonu ile çektiriyor. ABD başkan adayından, Amerikan Merkez Bankası Başkanı'na kadar 100 kişiyi, cep telefonu ile çektirtip dergiye kapakları yapıyor, online kapaklar… Kadınlar da şaşırıyor. "Time dergisi bize şimdiye kadar ne ekiple, nelerle geldi. Tıfıl bir çocuk mu çekecek?" diyorlar ama zamanın ruhu bu. O bunu akıllıca yakaladı. Amerika'da Baltimor olaylarında, siyahi bir çocuk, kaçıyor arkadan joplarla kovalıyor polisler. Çeken foto muhabir Instagram üzerinden yayınlıyor bu fotoğrafı. Artık foto muhabirleri fark edilmek için editörleri ve kurumları ya da gittiği olayı "hashtag"liyor, editörler sosyal medyadan büyük sıcak olaylarda arama yapıyorlar. Hemen iletişime geçip, "Fotoğrafı satıyor musun?" ya da önce diyor ki "İmzanla ücretsiz kullanabilir miyiz?" Ona göre seninle bağlantıya geçiyor, fotoğrafı kullanıyor bu şekilde keşfedilip, medyaya kazandırılan foto muhabirleri var."

Suna sosyal medyanın köklü medya kuruluşları üzerinde dahi baskı yarattığını ve bu sürecin bir takım sıkıntıları da beraberinde getirdiğini iddia etmektedir, *"Şu an New York Times, çok filtreli, üzerinde manipülasyon yapılmış, çok da etkili bir şekil veren bir fotoğrafı kullanabiliyor. New York Times belki 10 yıl önce buna manipülasyon diyecekti. Çağın getirdikleri ya da Instagram, buna ne derseniz deyin kimse buna yenilmek istemiyor. New York Times Instagram'a yenilmek istemiyor onun için Instagram'daki gibi filtrelenmiş, her şeyiyle oynanmış bir fotoğrafı manşetine taşıyabiliyor. Diğer gazete ve dergiler de bazen yapıyor bunu. Neden öyle düşünüyorlar tabi ki bilmiyorum ama ne kadar büyük ne kadar güçlü bir kurum olsa da sosyal medyaya Instagram'a kimse yenilmek istemiyor. Gazetelerin bastığı gazeteden çok sosyal medyadaki hesapları önemli. Kaç milyon takipçisi var, kaç milyon "retweet" aldı gibi. Bu tamamen teknolojinin yarattığı bir durum. Çok köklü kurumları Twitter sallayabiliyor, yani Instagram'daki bir fotoğrafı, belli ki her şeyiyle oynanmış, gerçekliği tartışabilecek bir fotoğrafı, New York Times'ın birinci sayfasında görebiliyoruz."*

Suna Türkiye özelinde foto muhabirlerinin yaşadığı yapısal sorunlar nedeniyle, sosyal medya kullanımlarında farklı bir boyuta dikkat çekmektedir. Türkiye basınında foto muhabirliğine gereken değerin verilmediğini savunan Suna foto muhabirlerinin sosyal medya üzerinden kişisel tatmin sağladığını belirtmektedir, *"Şuan çalıştığım ajans açısından bir iç işleyiş ya da bir örgütlenme sorunu yaşamıyorum kendi adıma ama daha önce çalıştığım kurumlarda fazlasıyla yaşadık. Fotoğrafı üretmeye gittiğin andan baskıya gelene kadar, özellikle Türkiye medyasında, foto muhabirleri bin bir türlü sorun yaşıyor. Foto muhabirinin imzası atılmaz, kalacağı yer bile kimsenin umurunda olmaz. Defalarca habere gidip arabada yatıp kalktık. Fotoğrafı bin bir zorlukla merkezine gönderirsin kimsenin haberi olmaz, kullanılmaz. Belki senin fotoğrafına bakılmadan direkt ajanstan ya da başka bir yerden fotoğraf çekilip kullanılır sen orada olmana rağmen. Türkiye medyasında en büyük sıkıntı bence bu konuda fotoğraf servisleri. Bir foto muhabirinin gazetede zaten kimlik olarak yeri yok. Türkiye medyasında yalnızca deklanşöre basan birisin. Künyesinde fotoğraf editörü adı geçen gazetede bile, fotoğraf editörüne fotoğraf seçtirmezler; birinci sayfayı kim yapıyorsa o seçer. Hatta belki çoğu ilk sayfa fotoğrafları Google'dan çalınmış fotoğraflardır. Türkiye'de bunlarla ilgili yüzlerce telif davası var. 25 kasım kadına şiddet gününde çektiğim bir fotoğraf, sosyal medyada belki on binlerce kez paylaşıldı. Büyük, tanınmış insanlar yalnızca Türkiye'den değil uluslararası alandan da, Hollywood'dan bile oyuncular fotoğrafımı paylaştı. Şimdi bunun herhangi bir gazetede baskı halinde görülmesi mi beni mutlu ederdi yoksa cidden 20.000 kişinin Twitter'da Sedat Suna imzalı fotoğrafının paylaşması mı? Bu durum bizi değiştiriyor. Foto muhabirleri de yavaş yavaş basılı fotoğraftan kopabiliyor. Çünkü çok hızlı, dünya gündeminde olan bir işe gittikten bir kaç saat sonra New York Times almıyoruz ama Twitter'dan bakıyoruz, kimin fotoğrafı nereden yayınlandı diye. Çünkü daha kolay erişebilir ve oradaki etkisini daha çabuk hissedebiliyorsun. Gazete 1 gün sonra çıkacak, dergi 1 hafta ya da 1 ay sonra çıkıyor. Bu durum foto muhabirini de yönlendirebiliyor. Ben gazetesine fotoğraf atmadan önce, sosyal medya hesabında fotoğraf paylaşan foto muhabirleri tanıyorum. Çünkü gazetesinde onun değer görmeyeceğini biliyor. Bu durumdan dolayı değer görme ihtiyacını sosyal medya üzerinden karşılıyor kendi adına. Şu an çalıştığım ajansta ya da diğer ajanslarda, yayınlanmadan önce bir yere fotoğraf koysam büyük sorun olur ama Türkiye'de daha habere konu olan insanın teri*

soğumadan, arkadaşların Instagram ya da Twitter sayfasında fotoğraflarını görüyorum. Bunun adı ne? Bunun getirdiği şey ne? Şu an bir isim bulamıyorum ama değer verilmemesini foto muhabirleri bence bu şekilde karşılıyor, bu şekilde tatmin oluyorlar en azından."

Özmen gelişen iletişim ağları ve sosyal medya ile birlikte foto muhabirliğinde fırsat eşitliği ortaya çıktığını, ancak bu durumun da rekabeti arttırdığını iddia etmektedir, *"Fotoğraflar, daha çabuk üretilebilir ve dağıtılabilir olmasıyla daha geniş kitlelere ulaşıyor bugün. 40'lı, 50'li ve 60'lı yıllarda, birkaç dergi foto röportaj yayınlayabiliyordu. ABD'de LIFE, Almanya'da Illustrate Zeitung, İngiltere'de Picture Post, Fransa'da Paris Match vs vs. Bu dergilere ulaşıp alabilirseniz paylaştığı bilgileri edinebilirdiniz. Bugün için özellikle medyanın dijitalleşmesi ile binlerce online medya kuruluşu bu işleri yayınlayabiliyor. Daha da önemlisi artık herhangi bir medyaya ihtiyaç duymaksızın, sosyal medyada kendi kitlenizi yaratıp, hikayelerinizi aracı olmadan direk paylaşabiliyorsunuz. Bugün Uganda'da, Türkiye'de ya da New York'ta doğmuş olun, insanlarla iletişimi sağlayabilecek bir dil biliyorsanız, bu da İngilizce, herkesle aynı şartlardasınız. Eşitsiniz ve bu eşitlik internetle, hatta sosyal medyayla birlikte ortaya çıktı. Bugün, bir iki saatinizi bilgisayar başında harcayarak Time dergisinin fotoğraf editörüne Facebook'tan bir mesaj atıp ya da bir eposta atıp, yaptığınız bir çalışmayı sunabiliyorsunuz ve o iş, o dergide yayınlanarak yüz binlerce, milyonlarca insana ulaşabiliyor. Bu iş eskiden çok daha zordu. Günümüzde çok pratik hale geldi ve bu pratik hale gelişinin herkesi eşit seviyeye dönüştürmüş olması da size çok fazla rakip yarattı. Çünkü bu eşitlikten herkes faydalanabiliyor. Facebook hesabı herkes açabiliyor, iki cümle metni herkes yazabiliyor ve bu eşitlikle birlikte çok fazla rekabet oldu ve bu rekabetten kaynaklanan bir zorluk yaşanıyor şu anda. Türkiye'de herhangi bir güncel gelişme olsun ve yahut olmasın, burada yapılan fotoğraf çalışmalarını eskiden belki bir iki kişi kotarabilirken bunu dünyaya anlatmak adına, bugün çok sayıda insan yapabiliyor."*

Özmen sosyal medyadaki manipülasyon ya da dezenformasyon süreçlerinin fotoğraf oluşturma aşamasında yapılan manipülasyon kadar sıkıntılı bir durum yarattığını iddia etmektedir, *"Fotoğrafı dijital hale getirdiğimiz zaman bunun yayılmasında Facebook ve Instagram gibi sosyal medya hesaplarının çok yoğun kullanılıyor olmasından dolayı en büyük tehlike, manipülasyon. Üretimdeki*

manipülasyonun yanında, paylaşımdaki manipülasyonlar. Mesela Suriye'de bir fotoğraf çekmiştim; 2013 yılında Işid tarafından gerçekleştirilen infaz anını anlatan bir fotoğraftı. Aradan birkaç yıl geçti, geçtiğimiz yıl Türkiye'de darbe girişiminde bir hadise gelişti: Boğaz köprüsü üzerinde bazı askerler darp edildi, bazıları öldürüldü gibi bilgiler dolaşıyordu. Orada benim Suriye'de çektiğim fotoğraflardan birisi dolaşıma girdi. Benim fotoğrafını çektiğim infaz edilen asker sanki bir Türk askeriymiş, sanki o darbeyi gerçekleştiren askerlerden birisiymiş ve onu infaz ediyorlarmış gibi paylaşımlara başlandı. Ama binlerce… Ciddi bir rahatsızlık hissettim kendimde ve bunun duyurusunu yaptım; "Bu fotoğrafı ben Suriye'de çektim. Bahsedilen olayla hiçbir alakası yoktur, o yerle kişilerle hiçbir alakası yoktur" gibi bir açıklama yaptım. Beni bu açıklamaya iten, neden o paylaşımdaki manipülasyon. İnsanlar sizin çektiğiniz o fotoğrafı alıp altına her şeyi yazabiliyorlar bugün. Bu büyük bir sıkıntı."

Akcan sosyal medya ortamlarını hız ve etki konuları dahilinde tartışmaktadır. *"Artık editörler web siteleriyle değil Instagram üzerinden fotoğrafçıları takip ediyorlar. Instagram'daki çalışmalarını, paylaşımlarının hangi konulara eğildiğini, ve güncel olarak ne yaptıkların takip ediyorlar. Takipçi sayına göre sana iş paslayabiliyorlar, seni kimler takip ediyor bunlara bakıyorlar. Eskiden fotoğrafçılar dergilere gidip iş ararlardı ama şimdi dergiler takipçiye göre, yayın sıklığına göre fotoğrafçı seçiyorlar. İlişki eğer sosyal medyada da iyiysen tersine dönüyor, seni gelip editörler buluyor. Ama bir yandan çok fazla fotoğraf dönmesinin, artık fotoğrafın etkisini azalttığını düşünüyorum. O yüzden daha çok hareketli görüntüye kayıyor veya ses ekleyip fotoğrafı sesle bir şekilde beslemek gerekiyor. Eskiden fotoğraf çok güçlü bir anlatımdı ve zor bir şeydi. Yani insanlar eğer fotoğraf iyiyse, fotoğrafı gördükten sonra yazıyı okuyorlardı. Şimdi fotoğraf yeterli olmuyor bir şekilde, kısa filmler yapılıyor, cep telefonuyla ses kayıtları paylaşılıyor. Fotoğrafçı bu hızın içerisinde kendi anlatımı için doğru konuyu çalışıp, onun üzerinde uzun süreli çalışma yapmalı. Bir hikaye veya günlük olarak yaptığımız şeyler çok çabuk tüketiliyor. Ne için fotoğraf çekersin? Bir etki yaratmak için, o konuya ilgi çekmek için, o habere bakılması için. Bir sürü insan bunu yapıyor, senin ilgi çekmeye çalıştığın konu bir şekilde 2, 3 saniye görülüyor gidiyor. Bu açıdan sosyal medyanın, televizyon, gazete ve radyonun önüne geçmesinin sonucu, fotoğrafın gücünün azaldığını düşünüyorum.*"

Akdoğan sosyal medyanın foto muhabirlerinin tanınırlığına katkısı olduğunu ve manevi tatmin açısından önemini şu şekilde aktarmaktadır, *"Kapanmadan önce gazetenin Ankara ekinde bir köşem vardı. Ankara'nın bilinmeyen değerlerini fotoğraflıyordum. 10-12 fotoğraf tam sayfaya işleniyordu. Bizim Ankara'daki tirajımız belli, 3-4 bin. Ben o fotoğrafı ya da sayfayı sosyal medya hesabımdan yayınlıyordum. Gazeteden hiç dönüş olmadı ama o sayfayı sosyal medyada paylaştığımda inanılmaz dönüşler aldım. Yaptığım bir apartman hikayesi 6 bin görüntülemeye gidiyor ve hala okuyan insanlar var. Sosyal medya kesinlikle daha fazla insana ulaşmamıza yardımcı oluyor. Burada da tabi çelişkiler oluyor. Bunun bizim gazeteye bir katkısı var mı? Yok. Manevi bir dönüşü var sadece. Bilinirliğin artıyor. Onun ne kadar yararı olur bilemiyorum ama manevi dönüşü oluyor."*

Bayhan sosyal medyanın foto muhabirliğini daha güçlü kıldığını ve daha fazla insana ulaşmasını sağlayarak, foto muhabirlerinin üretimlerine değer kattığını savunmaktadır. Van Depremi'nde çektiği bir fotoğrafla ilgili dünyanın farklı ülkelerinden, fotoğraflanan kişiye yardım talebi geldiğini, hız ve geri bildirimin fotoğrafları daha değerli kıldığını savunan Bayhan, *"Basılı medyada sadece okuyucu kitlenin bundan haberi oluyor. Gazeteyi alan kişi bilecek ve bu geri bildirimi direk siz almayacaksınız. Editörler alacak belki. Bir fotoğrafçı olarak 'ben bunu çektim ve değer oluşturabildim' bilincini yaratması çok güzel bir şey"* sözleriyle, sosyal medyanın yarattığı etkiyi dile getirmektedir.

Bektaş özellikle Instagram'ın insanların fotoğrafa bakışları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu iddia etmektedir. Bu platformun özellikle fotoğrafa ilgiyi ve foto muhabirlerinin tanınırlığını arttırdığını, diğer taraftan foto muhabirinin kişisel tatmin boyutunda daha fazla doyuma ulaşmasını sağladığını belirten Bektaş bu etkiyi, *"Eskiden Milliyet gazetesindeki fotoğrafın altında bir imzaydım, şimdi Instagram'da foto muhabiriyim"* sözleriyle dile getirmektedir. Instagram'ın insanların fotoğraf beğeni standartları üzerinde de önemli etkisi olduğunu vurgulayan Bektaş, bu süreci şu şekilde özetlemektedir, *"Görsel açıdan Instagram beyinleri etkiledi. İnsanlar artık geçmişe göre daha koyu renkler, daha marjinalize fotoğraflar beğeniyorlar. Normal ışıkla, Henri Cartier Bresson dönemi kapandı. Şimdi doğada olmayan, pastel renklere sahip renk skalası rağbet görür bir hal aldı. Işığı mükemmel, berrak bir fotoğraf beklentisi yok. Instagramın bence biçimsel olarak en önemli etkisi bu."*

Berkin sosyal medyanın basılı gazetelere göre çok daha etkili olduğunu şu sözlerle belirtmektedir, *"15 Temmuz ile ilgili fotoğrafım Sunday Times'da manşet oldu. Benim de haberim yoktu, sosyal medyada paylaşmışlar. Onların bu paylaşımından sonra inanılmaz derecede ilgi arttı. Fotoğrafa insanların zaman harcayarak baktığını düşünmüyorum. Sosyal medya ortamı tamamen farklı: Fotoğraf orada patlayabilir onun patlaması da ertesi gün gazetelerde yayınlanmasına yol açabilir. Bununla ilgili akıllıca bir çalışma yapsan farklı şekilde kullanabilir yayın kuruluşlarını bile etkilersin."*

Sosyal medya ortamının foto muhabirliği alanına etkisi farklı boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Bu platformlar foto muhabirlerinin işlerini görünür kılmak ya da editörlerle ilişki kurmak adına önemli bir vasıta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun foto muhabirliği alanında demokratikleşme ve fırsat eşitliği yarattığı görülmektedir. Diğer taraftan sosyal medya ile birlikte foto muhabirlerinin etki alanı global ölçüde artmakta ve daha geniş kitlelere ulaşım sağlanabilmekte ve foto muhabirlerine daha kolay geri bildirim sağlanmaktadır. Diğer taraftan sosyal medya ortamında kullanılan görüntülerin doğruluğunun teyit edilmeden paylaşılması dezenformasyona neden olabilmektedir.

5.1.2.5. Yurttaş Foto Muhabirliği'ne İlişkin Bulgular

Foto muhabirliği tarihine bakıldığında, yurttaş foto muhabirliği örneklerinin dijital teknoloji öncesinde de var olduğunu görmekteyiz. Ancak dijital teknolojiye ulaşımın kolaylaşması ve cep telefonları ile görsel elde edilmesini sağlayan yöndeşme ile birlikte, artık insanlar her an görüntü kaydı yapabilmektedir. Diğer taraftan yeni medya ortamlarının sunduğu etkileşim olanakları ile birlikte insanlar elde ettikleri görüntüleri paylaşabilmekte ve sosyal medyada bu görüntüler dakikalar içinde milyonlarca insana ulaşabilmektedir. Gelinen noktada, yaşanan bir çok olayda henüz foto muhabirleri olay yerine ulaşmadan, yurttaş foto muhabirleri olarak adlandırılan insanların çektiği fotoğraf ve video görüntülerinin, sosyal medya vasıtası ile kitlelere yayıldığını gözlemlemekteyiz. Bu durum haberin anında aktarılmasını sağlayarak hızlıca insanlara ulaşmasına neden olmakta ancak bir takım sıkıntıları da beraberinde getirmektedir. Denetimsiz olarak yayılan bu görüntüler manipülasyona ve dezenformasyona açık bir iletişim ortamı yaratmaktadır.

Sezer, gazeteci formasyonuna sahip olmayan ve etik çerçevede üretim yapmayan insanların ürettiği haber ve fotoğraflara oldukça mesafeli yaklaşmaktadır. Sıcak haberlerde bu tip görüntülerin kullanılabileceğini ancak bunun da kriterleri olması gerektiğini savunan Sezer, aksi takdirde bu durumun çok ciddi etik sıkıntılar yaratacağını belirtmektedir, *"Fotoğrafı makine mi fotoğrafçı mı çekiyor? Aslında iki yaklaşım da doğru ancak yine de kameranın arkasında profesyonel bir göz şart. Bu bağlamda özellikle de belgesel ve haber fotoğraflarını kameranın çekebileceğini iddia etmek pek de gerçekçi olmayacaktır. Chicago Sun-Times, fotoğraf sevisini kapatıyor ve gazeteyi serbest fotoğrafçılar ile muhabirlerinin cep telefonları ile çekeceği fotoğraflarla çıkartmaya karar veriyor. Evdeki hesap çarşıya uymamış olsa gerek ki, bu karardan 10 ay sonra işten çıkarılan 4 fotoğrafçı, gazete tarafından tekrar alınıyor. Yurttaş foto muhabirliği konusunda çok ciddi etik sıkıntı var; bir kere üreten, gazeteci değil. Gazeteci formasyonunu, gazeteci tarafsızlığını ondan bekleyemeyiz. Vatandaş, yani onun işi objektif olmak değil, o bir taraf ya da bir gözlemci. Yani her vatandaş gazetecinin ürettiğini yayınlarsak, o zaman burası medyadan öte sosyal medya platformuna döner. Medyada habercilik belirli bir gazetecilik formasyonuna sahip ve etik çerçevede çalışan insanlar tarafından yapılıyor. Haber ve görsel yayıncılık üretiyor çünkü bu insanların belirli birikimleri var ve tarafsız olduğuna inanıyoruz ya da varsayıyoruz ama vatandaştan bunu bekleyemeyiz. Vatandaş, taraflı yayın yapacak doğal olarak, çünkü kişisel görüşü var. Ondan etik olmasını bekleyemeyiz. Çünkü o meslek erbabı değil, bu işi hobi olarak ya da belki kötü amaçlı, manipüle etmek için yapıyor. Tamam çok acil durumda uçak düştü, vatandaş çekti, alalım kullanalım ama öncelikle doğrulamamız lazım ve telif ödememiz lazım. Türkiye'deki durum şu; "sen ver, röportaj yaparız; televizyonumuzda düşen uçağı vatandaş çekti deriz, sen de o arada meşhur olursun, biz de bedavaya görüntüyü yayınlarız." Böyle bir şey yok. O bir emekse bir kere, ücret ödenmesi lazım, telif anlaşması yapılması lazım. En başta, doğru mu değil mi? Onu doğrulamamız lazım ama bu işte vatandaş gazetecinin ya da sokaktan geçen adamın ürettiği fotoğrafı kullanmak, medyayı bir sosyal platforma dönüştürür, etik ve ciddi haber platformundan farklı bir şey haline getirir."*

Kızıl, izleyicilerin de görsel üretebilmesinin yaygınlaşması ile birlikte foto muhabirliğinin değer yitirdiğini düşünmektedir. Fotoğrafın dijital medya için olmazsa olmaz statüsünde bulunduğunu belirten Kızıl, anlık bilgi edinmek adına tanık olan

bireylerin ürettiği görsellerin kıymetli olduğunu, ancak bilinçsiz ve duygusuz paylaşım trafiğinin, insani duyguların körelmesine neden olduğunu düşünmektedir. Kızıl bu sürecin aynı zamanda foto muhabirliğinin saygınlığına da halel getirdiğini belirtmektedir. Görsel olmadığında haberin değersizleştiğini belirten Kızıl, ancak spot haberlerde neredeyse foto muhabirlerine ihtiyaç duyulmadığını iddia etmektedir, *"Dijital medyanın olmazsa olmazı, fotoğraf. İzleyici çoğu zaman görseli olmayan haberleri okumuyor bile. Ama artık görsel sağlayan tek kişi foto muhabiri değil, elinde telefonu olan herkes birer görsel sağlayıcı. Tam anlamı ile bir görsel çöplüğün içerisindeyiz. Elbette olaylardan anlık bilgi edinmek adına, ana tanık olan bireylerden gelen görseller önemli ama inanılmaz bilinçsiz ve duygusuz bir paylaşım trafiğinin ortasındayız ki bu durum insani duygularımızın körelmesine neden oluyor. Yurttaş gazeteciliği durumu söz konusu olduğu için, zaten herkes fotoğrafçı. Ben mesela şöyle durumlar da gördüğüm zaman garipsiyorum: bir olay olurken insanlar eskiden olsa belki yardım etme belki o anlamda bir şeyler yapma çabasına giriyordu ama şimdi insanlar ellerinde bir cep telefonu ya da herhangi bir fotoğraf makinesi bu anı yakalama çabasında. Yani yardım etmektense o anı görüntüleyip yaymayı daha önemli buluyor insanlar. Bu beni gerçekten şaşırtan ve korkutan bir şey açıkçası. Fotoğrafla, görselle yaşadıkları için, normalleştiriyor artık gördüklerini. Foto muhabirinin amacı nedir? Bizim amacımız tanıklık, tarihi fotoğraflarımızla belgelemek ve bunun da ötesinde, toplumdan bir tepki almak. Ama yaşadığımız toplumda görüntüler o kadar kanıksanmış durumda ki insanlar artık tepki de vermiyorlar."*

Yurttaş foto muhabirliğine genel olarak olumlu yaklaşan Antakyalı, çekincelerini de ortaya koymaktadır, *"Dünya tarihini bir şekilde kayıt altına almak gerekiyor, bu da bizim tekelimizde olmayacak. Gazetecilik disiplinin dışından gelen çok fazla insan var. Gelen insanlardan bir çoğu bunu ana mesleği olarak görmediği için ara ara fotoğraf verdiği için güvenilirlik sıkıntısı yaşanıyor. Çektikleri fotoğraflarda manipülasyon yapanlar var, daha sonradan ortaya çıkıyor, başkalarının çektiği fotoğrafı kendisinin gibi gösterenler var. Bu durum, kaygı yaratmaya başladı editörlerde, gazetelerin güvenilirliklerini sarsacak ciddi bir duruma gelmeye başladı. Doğru içerik çok önemli. Dünyanın doğru anlamlandırması için, daha sonraki kuşakların bu günün olaylarını da anlayıp harekete geçebilmesi için, iyi şeylerden ya da kötü şeylerin düzeltilmesinden ilham alınması için, bunlar çok çok önemli ama*

kontrolsüz bir şekilde gitmemesi gerekiyor. Bu kontrolü de sağlayabilecek en önemli şey editör mekanizması."

Suna, yurttaş foto muhabirliğini iki boyutuyla ele almaktadır. Suna'ya göre sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar, o an o görseli elde edemeyen foto muhabiri üzerinde editöryal baskı oluşturabilmekte, diğer taraftan hiç bir foto muhabirinin olmadığı bir yerden gelen görüntü, kamuoyunu aydınlatmak adına kullanışlı olabilmektedir, *"Biz şöyle tekelin içinde değiliz; foto muhabiri bensem ben çekerim. Kimse böyle bir şeyin iddiasında değil. Foto muhabiriyim evet, çekerim, ajansımın aboneleri de kullanır kullanmaz, bu artık benim sorunum değil. Ben elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım. Yurttaş foto muhabirliğinin etkisi iki boyutta gerçekleşiyor. Birincisi hem editöryal olarak baskı hem de bizim çalıştığımız anda üzerimize gelen bir baskı. Yani herhangi bir hesaptan bulunduğun yerden bir fotoğraf paylaşılıyor, belki tanık olmamışsın belki o fotoğrafın gerçek olmadığını da biliyorsun ama bir şekilde binlerce kez paylaşılıyor. Sizin orada gerçeğe tanık olmanızın önüne geçebiliyor, bir böyle bir baskı var. İkincisi foto muhabirlerinin tanık olmadığı bir olayda, kullanışlı hale gelebiliyor. Ancak vatandaş muhabirliği açısından tehlikeli durum, gelen görsellerin doğru ya da yalan olup olmadığını denetleyen bir mekanizma olmaması. Şu an bakın son dakika haberlerde olay yerinden gelen ilk fotoğrafı, hiçbir gazete özellikle Türkiye'de hiçbir gazete sorgulamadan sosyal medya hesabından paylaşabiliyor. Ama bir fotoğrafın gazeteye basılıp basılmayacağı konusunda, saatlerce tartışma yapılıp doğrulama süreci, teyit süreci lazım. Üç saat sonra yazıyorlar bu buradan değilmiş diye. O üç saatte insanlar belki galeyana gelip bir yerleri yağmalayacak, bir şeyler yapacak. Bu durumda en tehlikeli tarafı da manipülasyona açık olması."*

Özmen yurttaş foto muhabirliğini tehlikeli ve manipülasyona açık bir süreç olarak görmekte ve bu işi yapacak olanların belli bir eğitimden geçmesi gerektiğini düşünmektedir, *"Yurttaş foto muhabirlerinin de gazetecilerin sahip olması gereken etik değerlere sahip olması için belirli bir eğitim alması lazım. İster alaylı, ister okullu bir şekilde bunun eğitimi alması lazım. Bak bu yanlıştır, bunun üzerine onu eklememen lazım, bunun altına orada ne görüyorsan onu yazmış olman lazım gibi… Bu işin basit, belirli etik değerleri var. Her yurttaş bu etik değerlere hakim mi, bunları biliyor mu? Bunu paylaşan yurttaşın dürüstlüğünü sorgulamamız lazım. Tabi ki herkes fotoğraf çekebiliyor ama bunu paylaşırken bir sorumluluğumuz var. O yüzden yurttaş*

gazeteciğin bu manipülasyona açık ve tehlikeli olduğunu düşünüyorum. Gazetecilik dikkat etmemiz gereken bir şey çünkü her zaman basit olayları değil bazen geniş kitleleri ilgilendiren ciddi konuları anlatmakla sorumlu olabiliriz. Her vatandaşın bu sorumluluğu taşıyıp taşımadığını sorgulamamız lazım. Vatandaş gazeteciliği için bir iki cümle daha ekleyebilirim belki bu etik değerlerin dışında. Bu en çok şeyde konuşulmaya başlandı, özellikle Türkiye'de, Gezi Olayları'nda, Türkiye dışında da Mısır'da ve Arap Baharı'nda. Gezi ile oldu ve bitti gibi. Sonrasında yaşanan bir sürü gelişme oldu. Güneydoğu'da yaşanan sokağa çıkma yasakları, kurulan hendekler, siperler ve yaşanan çatışmalar. Buralarda çok nadiren vatandaşların bilgi paylaşabildiğini gördük. Vatandaş gazeteciliğini bir moda gibi bir dönem yaşandı, şu anda da söndü bitti gibi görüyorum. Ama nihayetinde de az önce saydığım nedenlerden dolayı titiz olmamız gereken bir konu."

Akcan yurttaş gazeteciliğine farklı bir noktadan bakarak, insanların kendi haberini yapma hakkının çok kıymetli olduğunu savunmaktadır, *"Ben buna olumlu bir şey olarak bakıyorum. Foto muhabirleri olarak gidemediğimiz bir sürü alan ve konu var. Gidip uzun uzun kalamadığımız veya orada gerçekten neyin olup bittiğini bilmediğimiz yerlerden haber alacağımız bir şey olarak buna olumlu bakıyorum. İnsanların kendi haberlerini yapma haklarının olduğunu düşünüyorum. Bazen bu daha inandırıcı da geliyor. Şimdi ben bir mecradan gidip kendi görüşümle, oradaki bir olayı anlatıyorum ve bir tarafım aslında. Gidiyorum ve çekiyorum. Başka gazetenin muhabiri gidiyor, çekiyor. Ama oradaki insan kendi haberini verdiğinde, kendi bakış açısından görüyor. İnsanların kendi hikayelerini daha etkili anlatacağını düşünüyorum. Teknik açıları da bir kenara koyarak söylüyorum. Fotoğrafın evet etkili olması gerekiyor ki baktırsın ama şunu söyledik, bir sürü etkili fotoğraf var. O yüzden halkın, fotoğrafçının veya foto muhabirinin olmadığı bir yerde, kendi fotoğrafını çekip kendi haberini yapması çok değerli."*

Akdoğan sıcak haberlerde, profesyonel foto muhabirlerinin olmadığı yerlerde yurttaş foto muhabirliğinin önemini savunmaktadır. Yurttaş foto muhabirliğinin ilk ortaya çıktığı zaman diliminde, foto muhabirliğinde bir rekabet ortamı yarattığını ve bunalıma sebep olduğunu belirten Akdoğan, sonrasında etik ve tarafsız yaklaşımla foto muhabirlerinin, foto muhabirliğinin vazgeçilmez bir meslek olduğunu kanıtladığını ileri sürmektedir, *"Gar patlamasında telefonla bir çok fotoğraf çekildi ama bugün bizim*

aklımızda kalan, karısı kucağında, kanlar içindeki donuk bakışlı bir öğretmen. Onu, olay yerine yarım saat sonra ulaşan bir foto muhabiri çekti. Yani teknolojinin iyi olması ve herkesin fotoğraf çekmesi, kesinlikle öldürmedi foto muhabirliğini. İlk başlarda sıkıntılıydı foto muhabirleri için ancak kesinlikle mesleği olumsuz etkilemedi. İnsanlar ellerindeki aletlerle çok iyi fotoğraflar çekip ona çok iyi efektler vererek ve filtrelerle değiştirerek fotoğraflar ortaya koymaya başladı ve bu inanılmaz bir rekabet ortamı doğurdu. Ancak foto muhabirleri, olaylara sonradan gitmelerine rağmen farklarını ortaya koydular. Tamam, daha sıcak görüntüler geliyor, onların geçtiği görüntüler değerli olabilir, ancak bu mesleğin etiğini içine sindirmiş, objektif ve tarafsız olmayı kabul etmiş foto muhabirlerinden gelen fotoğraflar, foto muhabirliğinin vazgeçilmez bir meslek olduğunu kanıtladı."

Gazetecilikte etik değerlerin ve editöryal sürecin önemli olduğunu belirten Bayhan, yurttaş foto muhabirliğinin bu denetim mekanizmalarına sahip olmaması nedeniyle sıkıntılı bir süreç olduğunu belirtmektedir. Mevcut sosyal medya ortamında bu tip üretimlerin manipülasyona açık süreçler olduğunu ve bilgi kirliliğine yol açabildiğini vurgulayan Bayhan, foto muhabirlerinin bile etik olmayan üretimler ortaya koyduğunu ve herhangi bir denetime tabi olmayan yurttaş foto muhabirlerinin, manipülatif üretimler yapmasının doğal olduğunu iddia etmektedir. Çalıştığı sosyal medya platformunun, başlarda alandan gelen görüntüleri yayınladığını ancak manipülasyona açık olan bu süreçte, kendi içinde bir sorgulama yaparak, sağlıklı haber aktarabilmek adına editöryal yapı oluşturulduğunu belirtmektedir.

Bektaş yurttaş foto muhabirliğini önemsediğini, dünyadaki bir çok olayda gazetecilerden önce orada bulunan yurttaşlar vasıtasıyla haber alındığını, ancak bu durumun önemli ölçüde dezenformasyona ve spekülatif görüntülere yol açtığını ifade etmektedir. Bektaş ayrıca, normalde profesyonellerin bile hızdan kaynaklanan hatalar yaparken ya da sermayenin elinde belli çıkarlara hizmet ederken, formasyona sahip olmayan kişilerin, bu dürtüden uzaklaşıp tarafsız ya da hatasız yayın yapmasının söz konusu olamayacağını iddia etmektedir. Bektaş yurttaş foto muhabirliği-gazeteci ilişkisini şu şekilde dile getirmektedir, *"Dijital teknolojilerin artması, bizim enformasyona olan erişimimizi kolaylaştırdı ve rahat bir hale getirdi ancak enformasyon haber değildir. Enformasyon haberin işlenmemiş halidir. Dolayısıyla enformasyon akışı arttı ama profesyonel haberciliğe olan ihtiyaç sürüyor."*

Berkin medyanın bulunmadığı noktalarda yurttaş foto muhabirliğinin faydalı olduğunu düşünmektedir ancak diğer taraftan yaratabileceği sıkıntılara da dikkat çekmektedir. Berkin'e göre yurttaş foto muhabirlerin ürettiği görüntüler manipülasyona açık ve farklı bağlamlar içerisinde kullanılabilmeye olanak sağlayan yapıdadır. Diğer taraftan Berkin, herkesin görüntü üretebilme sürecinin bazı noktalarda foto muhabirlerinin iş yapabilmesini zorlaştırabildiğine dikkat çekmektedir, *"Pratikte sokaklarda elinde cep telefonuyla, önlerindeki her şeyi çeken insanlar ile karşı karşıyayız. Cenazede bile insanlar dua okurken bir bakıyorsun 50 kişi görüntü alıyor. Sen bile çalışamıyorsun."*

Yurttaş foto muhabirliği olgusu özellikle sosyal medya ortamı sayesinde önemli bir konum elde etmiş son yıllarda yaşanan bir çok olaya dair görüntüler henüz medya olay yerine varmadan bu platformlarda paylaşılır hale gelmiştir. Ancak bu süreç gazeteci formasyonu ve değerlerine sahip olmayan kişiler tarafından ortaya konulmakta ve bu durum dezenformasyona yol açabilmektedir. Sıcak haberlerde yurttaş foto muhabirlerinin ortaya koyduğu görüntüler sıklıkla medya tarafından da kullanılmaktadır. Bununla birlikte editör masasında yapılacak olası hatalar sosyal medyadaki denetimsizliğin medya tarafından devam ettirilmesine neden olabilmektedir.

5.1.2.6. Foto Muhabiri Emeğine İlişkin Bulgular

Dijital teknolojinin getirileri medya ortamında yapısal olarak önemli değişimler yaratmıştır. Haber odaları giderek küçülmekte, çalışan sayısı azalmakta ve bazı görevleri yapan insanlara ihtiyaç kalmamaktadır. Diğer taraftan kadrolu çalışanların boşluğu, ajanslarla ya da serbest çalışanlarla yapılan anlaşmalarla doldurulmaktadır. Bu durumda ajansların istihdam ettiği foto muhabiri sayılarının ve serbest çalışanların arttığı gözlemlenmektedir.

Akdoğan foto muhabirliğinin, yazılı basında tarihinin en kötü dönemini yaşadığını belirtmektedir. Akdoğan Türkiye özelinde, bundan 20 sene önce gazetelerin ortalama on foto muhabiri çalıştırdığına, günümüzde ise bu sayının 1-2 civarına düştüğüne dikkat çekmekte ve bunun foto muhabirliğinin gazetelerde sona yaklaştığının işareti olduğunu iddia etmektedir.

Ajanslarda foto muhabiri istihdamının arttığına dikkat çeken Akdoğan, bunu basılı gazetelerin mali durumunun kötüleşmesinin yanı sıra, siyasi baskının artmasına

da bağlamaktadır, *"Gazeteler foto muhabirine ihtiyaç duymuyor, çünkü getireceği fotoğraflardaki çeşitliliği, sayfalarına koyamıyor. Çoğu gazete eleştirel yaklaşımdan uzakta olduğu için, gelen çeşitliliği sayfalarına yansıtmaya gönüllü değil. Ankara'da muhabirlik yapanlar için konuşacağım; bir bakanın, cumhurbaşkanının veya başbakanın eksiğini gösteren bir fotoğrafı sayfanıza koymadığınız için, hadi diyelim süzgeçten geçip girse de bunun bedelinin çok ağır olacağını bildiğiniz için, foto muhabirine olan talep günden güne azalıyor. Sayfayı yapanların istediği, daha çok iktidarın talep ettiği görüntüler. Başının ağrımaması için direkt ajansların servis ettiklerini kullanıyor, böylece size ihtiyaç kalmıyor."*

Akdoğan kendisinin gazetecilik mesleğinde eleştirel bakış açısına sahip olduğunu ve gazetecinin görevinin, eleştirel bakmak olduğuna inandığını belirtmektedir. Gazetecileri kamu adına denetim yapan gözler olarak tanımlayan, gazetecinin görevinin toplumsal problemleri ve toplumun bilmesi gerekenleri yansıtmak olduğunu vurgulayan Akdoğan, iktidarın istemediği görüntüleri üretmenin mevcut medya koşullarında bir değerinin olmadığını, bu sebeple de gazetelerde foto muhabiri sayısının giderek azaldığını savunmaktadır.

Akdoğan 22 yıldır bu meslekte bulunduğunu ve artık kötü sonlara tanık olduğunu belirtmektedir. Gazetelerde foto muhabirine ihtiyaç kalmaması ile birlikte, yetenekli ve yılların deneyimine sahip insanların birer birer meslekten koptuğunu ve bunun gazetecilik geleneği adına büyük kayıp olduğunu belirten Akdoğan, *"Gazeteci kolay yetişmiyor. Eskiden eleştirel bakma nedir, atlatma haber nedir, fotoğraf nedir, bunları öğrenerek yetişirdi insanlar. Bunların hiçbiri artık bu camiada geçerli değil. Geçerli olmadığı için de yetişen insanlar böyle bir bakış açısına sahip değil. Daha çok gücün istediği fotoğrafları çekmekle meşguller ve bu da onların suçu değil. Öyle bir nesil de yetişmiyor. Şu an en büyük problem gerçekten eleştirel bakış açısına sahip foto muhabirlerin yetişmemesi. Bu mesleği yaparken büyük tecrübelerden geçmiş insanların istemeyerek de olsa kopuşlarına tanıklık ediyorum ve bu beni çok üzüyor. Bugün birçok foto muhabiri fotoğrafçı olarak çalışmak zorunda kalıyor. Belediyede fotoğrafçılık yapıyor, milletvekili fotoğrafçısı oluyor. Yani foto muhabirliğinden uzaklaşıp başka alanlara kayan insanlar var ama buralarda olmaması gereken insanlar… Çünkü bu toplumun eleştirel bakan insanlara ihtiyacı var."*

Akdoğan'a göre foto muhabiri ücretlerinin ve istihdam sayısının çok düşük olması kalite ve rekabetin azalmasına neden olmaktadır, *"Artık yetenekli ve zeki insanlar bu mesleği yapmıyorlar. Gazeteye başladıkları zaman yaşam koşullarının ve ücretlerin çok düşük olduğunu gören yetenekli çocuklar, stajyerler, mesleği henüz başlangıç aşamasında bırakıp gidiyorlar ve kalite düşmeye başlıyor. Bunun istisnaları bazı yabancı ajanslarda ve gazetelerde var tabi. Ancak genel anlamda sayı o kadar az ki. Bu çeşitliliğin olmaması rekabetin de önüne geçiyor. Bu mesleği ayakta tutan en önemli şeylerden biri rekabettir. Rekabet ettikçe gelişirsin. Rekabet olmayınca üretim de sıradan oluyor, toplum da sıradan olayları görmeye başlıyor. Birbiri ardına o kadar kötü ki durumlar. Çalışma koşulları kötüleşirken ücretler de inanılmaz düşük dereceye geldi. Bence foto muhabirleri açlık sınırında yaşamaya çalışan insanlar artık. Maaşları öğretmenlerden, polislerden ve birçok meslek grubundan daha düşük. Bugün mecliste çay ocağında çalışan çaycının maaşı 4-5 bin lira iken aynı koridorda görevini yapan muhabir o parayı alamıyor. Bu gerçekten acı. Çay ocağında çalışanların maaşı yüksek anlamında söylemiyorum. Gazetecilerin, foto muhabirlerinin durumu bu. Meslek adına çok alçaltıcı bir durum. Bu saatten sonra biz de, 'daha kötüsü olamaz' diyerek, bir çıkış noktası olacağını düşünüyoruz, ona göre planlama yapmaya çalışıyoruz ama dediğim gibi artık kopmak isteyen çok kişi var bu meslekten. Bu, ülke adına, toplum adına kötü bir durum. Bu ülkenin objektif gazetecilere ihtiyacı var. Bu sayı giderek azalıyor ve gelecekte hiç olmayacak gibi görünüyor."*

Akdoğan diğer taraftan dijital teknolojinin fotoğraf üretim sürecine olumlu katkıları olduğunu ancak dijital medyayla birlikte, okur/alıcı tarafından haberin kolay tüketilebilir bir hale gelmesinin üretimlerinin değerini azalttığını ve foto muhabirlerinin emeğinin hiçe sayıldığını iddia etmektedir. İnsanların üretilen haber ve fotoğraflara ulaşmalarının bir bedeli olması gerektiğini vurgulayan Akdoğan, bunun abonelik sistemi ile gerçekleşebileceğini savunmaktadır. Üretimlerinin internet ortamında maddi bir değerinin olmadığını, ancak bilgiye ulaşmanın bir bedeli olması gerektiğini dile getiren Akdoğan, bu konudaki görüşlerini şu şekilde ortaya koymaktadır, *"İnsanların üretilen fotoğraflara, haberlere, bu kadar kolay ulaşmasının, bizim ürettiklerimizin değerinin düşmesine sebep olduğunu düşünüyorum. Muhabirlerin yazdığı haberlere, fotoğraflara bu kadar kolay ulaşılmamalı. Bunun bir bedeli olmalı. Abonelik sistemiyle olabilecek bir şey bu. İnsanlar bir gazetenin sayfalarını internetten direkt girip*

okuyamamalı. Bunun bir bedeli olursa, bu bizlere de yansıyacak. Ücretlerimiz artacak. Şu an internet sitelerinin çoğu aldıkları haberi, kaynak göstererek yayımlayabiliyor ve bunun karşısında bedel ödemiyor. Bu şekilde de, bizim ürettiğimizin maddi değeri olmuyor, bize yansıması da olmuyor. Foto muhabirlerinin ürettiğine değer veren kurumlar olabilir, onları iyi maaşlarla geçindiriyor olabilirler, haklarını verenler olabilir ama vermeyenler çok fazla. Bundan kurtuluş da, gazetecilerin ürettiklerinin değerli olmasının yolu da abonelik sisteminden geçiyor. İnsanlar habere kolay ulaşmasın anlamında söylemiyorum, bugün bir sürü şeye para harcarken, gazetede gördüğü fotoğrafa, habere de para ödemesi gerekiyor. Çünkü orada öğreneceği şey onu diğer insanlar karşısında artı bir konuma getiriyor. Bilgi önemsiz bir şey mi? Önemli ve kişiyi değerli kılan bir şey. Bunları edinirken de bir bedel ödemesi gerekiyor. Büyük paralardan bahsetmiyorum. Bugün bakıyoruz, Washington Post Amerika'da 300 yeni gazeteciyi işe aldı. Abonelik sistemi var. 300 tane araştırma yeteneğinin, farklı göze sahip gazetecinin alınması büyük bir olay. Bunu sağlayan da abonelik sistemi. Artık bizim toplumun da buna gitmesi gerekiyor. Bunun başında da bir bedel ödeyecekler. İnsanların artık bedel ödeme zamanı geldi de geçiyor."

Berkin Türkiye'de ve dünyada foto muhabirlerinin emeklerinin karşılığını alamadığını savunmaktadır. Türkiye'de gazetelerin 2-3 ajansın fotoğraf servislerine abone olarak işlerini yürüttüğünü belirten Berkin, serbest foto muhabiri olarak çalışmaktadır. Berkin'e göre dünyada basın alanında yaşanan tekelleşme, serbest çalışanları da etkilemektedir, *"Belli şirketlerin kontrolüne giriyorsun ve başka şey yapmana imkan kalmıyor. Freelance de çalışsan, sonuçta bunu yayınlatacağın ve ekonomik olarak kazanç sağlayacağın kurumlara ihtiyacın var. Buradaki tekelleşme yöneldiğin kurumların çizgisine seni götürüyor. Bu da çok sıkıntı."* Berkin serbest çalışan foto muhabirleri ile kurumlara bağlı çalışanlar arasında şu şekilde bir karşılaştırma yapmaktadır, *"Aynı olay ajanslarda da varken insanlar oradan freelance fotoğrafçıların fotoğraflarına para verip satın almaya başladı. Demek ki herhangi bir kurumun bünyesinde olmak beraberinde, mesleki bir boş vermişliği de getiriyor. İkinci olarak kurumun çizgisi de çok önemli. Kurum çizgisi bazında olaya baktıkları için, Stockholm Sendromu gibi yani tamamen o bakış açısından bakıp çekmemeye ya da çektiğini servis etmemeye başladı foto muhabirleri."*

Berkin internet medyasının avantajlı tarafları olsa da telif hakları konusunda büyük sıkıntılar yarattığını ve özellikle Türkiye'de izinsiz fotoğraf kullanımının çok yaygınlaştığını ve bunun foto muhabirleri adına önemli sıkıntılardan biri olduğunu vurgulamaktadır. Berkin telif hakları konusunda şunları iddia etmektedir, *"Yurtdışında 25 Cent de olsa telif hakkını ödeniyor. Bizde öyle değil. Freelancer satış yapma şansı yok. Dolayısıyla aslında internet medyasının çoğalması kaynak olarak avantajlı görünse de, telif ödenmemesi ciddi problem. Ajanslarla anlaşıp oradan aldıklarının dışında da fotoğraflar çok rahatlıkla kopyala yapıştır yapıp, çalınıyor. Yasal olarak da çok bir şey yapamıyorsun. Hangi birine yapacaksın. Benim bir fotoğrafım var mesela, herhalde 20 küsur kitaba kapak oldu, sadece bir kişi telif ödedi. Onun dışında bırak ödemeyi, arayıp soran yok."* Berkin internet ortamının farklı ajans yapılanmalarına olanak sağladığını ancak bunların ayakta kalmasının çok zor olduğunu dile getirmektedir. Berkin ajans yapısından, telif haklarına kadar bir çok alanda sıkıntılar yaşandığını ancak sistemin kendi içinden alternatifler yaratacağını öne sürmektedir, *"Şimdi öyle hale geldi ki mesela, bir fotoğrafın bir yerde geçtiğinde, aynı anda 15-20 ajansa birden servis ediliyor. Global bazda bu yapılıyor. Özel çalışmalar, hikayeler bazında yapılıyor. Bunun dışında, klasik bir ajans mantığının fotoğraf servisinin, çok mantıklı olacağını düşünmüyorum. Şu var, geriye dönük bir arşiv sunarsın, çok ciddi bir fotoğraf arşivi, dolayısıyla o sana bir avantaj sağlayabilir. Şimdi benim 5 bin tane 10 bin tane fotoğrafım olsun, bir şey ifade etmez ama 5 kişinin 50 bin fotoğrafı belki bir şey ifade eder. Burada çok büyük bir karmaşa oluyor. Geriye dönük o fotoğrafların telifi kimde? İzin almak gerekir mi? Bu fotoğraflar kime ait? Mesela şu da var; ileriye dönük de, herhangi bir freelancer olarak girdiğin fotoğrafın bile 5-10 sene sonra satışı ne olacak? Telifleri kime gidecek? Sen 2 sene önce bir fotoğraf çekmişsin, 5 sene sonra kurum kapandı. Tam bir karmaşa ortamı var. Neyin ne olacağı belli değil. Bunu süreli mi veriyorsun süresiz mi? Bazıları der ki 2 yıl servis edeceğim; ama 3 yıl sonra da servis ediyorsa hangi biriyle uğraşacaksın. O kadar büyük sıkıntılar var ki… Ya da adam alıyor bir seferlik kullanıyor. Bir ay sonra kaldıracağım diyor ama bizde adam bir fotoğrafı aldıysa 15 sene her gün kullanıyor. Satın aldıysa bile şükrediyorsun zaten. Birtakım kurumların yaşayacağına inanıyorum özel çalıştıkları için, ama butik yaşamak zorundalar ve bunu sürdürürken de genel yapıyla doğru orantıda gitmek zorundalar.*

Aykırı gidemezler. Giderlerse yer bulamazlar. Mutlaka alternatifler olacaktır. Sistem alternatifini kendi yaratır. O alternatifler mutlaka yaşayacaktır."

Berkin, eskiden de foto muhabirlerine değer verilmediğini ancak dijital teknolojiye bağlı olarak fotoğraf üretmenin kolaylaşmasıyla birlikte, foto muhabirliğinin, cep telefonu ile dahi yapılabilecek bir iş olarak algılanır hale geldiğini savunmaktadır. Berkin bu noktada sorumluluğun büyük kısmının foto muhabirlerinde olduğunu iddia etmektedir, *"Eğer kendine ait bir çizgi sunamıyorsan ve kendi farklılığını yansıtamıyorsan, fotoğrafının cep telefonuyla çekilen fotoğraftan farkı yoktur. Burada suçu biraz kendimizde aramalıyız. Sen kendini ne kadar görürsen, o kadar değer veriliyor. İnsanlar ben bunu cep telefonuyla da çekerim diyor."*

Suna, Türkiye'de foto muhabiri emeğinin adeta hiçe sayıldığını, hem çalışma koşulları olarak hem de üretimleri açısından gereken değeri görmediğini savunmaktadır. Foto muhabirlerinin çalışma koşullarının hem psikolojik hem de fiziksel olarak zorluklar taşıdığını belirten Suna, kurumlar tarafından belirli aralıklarla psikolojik destek ve sağlık taraması yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Suna bu noktada Türkiye Basını'nda foto muhabirlerine verilen değer konusunda karamsar bir tablo ortaya koymaktadır, *"Ben Nepal Depremi'nden döndükten uzun bir süre sonra et koklayamadım. Çünkü orada insanlar cenaze töreninde yakılıyordu. Bu tür sosyal ve bedensel sorunlar yaşayabilirsin. Suriye'den döndükten sonra vücudumda uzun süre enfeksiyon oldu, lenf bağlarım patladı, bunun gibi sorunlar, mesleğin dezavantajları var tabi. Bizim alanda çalışan şirketler ya da gazetelerin belirli sürelerde psikolojik destek, sağlık taraması gibi olanakları sağlaması zorunlu olmalı. Bırak sağlık taramasını, bir gazetenin kesinlikle fotoğraf servisinin olması gerekiyor ancak şu an Türkiye'de hiç bir gazetede yok. Türkiye'de şu an gazete önemli değil, bir kıymeti de kalmadı. Gazeteler şöyle düşünüyor; on tane foto muhabiri çalıştıracağıma şu iki ajansa abone olurum, olur biter. Tamamen maddi nedenlerden de dolayı. Yani şöyle düşünün, ben bunu da yaşadım. Bir gazetede çalışıyorsunuz, gazetede bir müdürün düğün fotoğraflarını çekmek size bir gazete içinde görev olarak sunuluyor. Haber değil. Bugün (....) biriminin düğünü var, gidip orada çalışacaksın. Gazetede foto muhabirleri bunları yaşıyor. Bırakın psikolojik desteği ya da cidden bir işe göndermeyi, gazetenin genel yayın yönetmeninin oğlunun karne gününü çekmeye giden arkadaşım var benim. Gazetede burç, magazin sayfasında yazan bir kadının kına gecesini çeken arkadaşım*

var, foto muhabiri. O fotoğrafı çekmeden önce Libya'da savaş çekiyordu. Ekonomik nedenden dolayı gazeteye girdi, gitti bir yazarın kına gecesini çekti ve bu yazar ayda 30.000-40.000 TL maaş alan birisi. Onun için Türkiye'de bir gazete ya da foto muhabirinin psikolojik desteğinin derdine düşmeye gelene kadar, bizim, bu piyasanın, bu insanların daha çok ekmek yemesi lazım. Daha insani şartlarda istihdam etmesi lazım. Ben de Türkiye'de gazetede çalıştım. Seni tek motive eden şey, o kocaman gazetede fotoğrafının kenarında 5 puntoyla yazan küçük bir isim. Bu bile atılmıyor. Bunun derdinde olmayan insanlar, gazetecinin psikolojik sorununu anlayacak insanlar değil. Bunun binlerce örneğini yaşadığımdan biliyorum. Şöyle bir şey yaşıyorsunuz, gazetenin önemli bir yazarıyla sınıra gidiyorsunuz, Suriye savaşı ilk başladığında. Yaklaşık 15 gün sınırda yatıp kalkıyorsunuz. Mültecisidir, işte jandarmasından kaç, şu bu fotoğrafı erken gönder... O yazar Hilton'da kalıyor siz de Hilton'da kalıyorsunuz. Gittiğim yazar başka bir işi çıktığı için sınır bölgesinden ayrıldı, ben aynı gün Hilton'dan bir hostele aktarıldım. Yani Hilton'da kalma gibi bir derdim yok ama insanlara yapılan muamele bu. Yaptığın işin bir değeri yok. O yazar orada olduğu için sanki ben değer görüyormuşum gibi, bu çok ahlaksızca bir şey. Onun için böyle gazete yöneticileri, böyle yazarlar olan bir ülkede bir gazetecinin psikolojisinin düşünülmesi için bizim 100 yıla ihtiyacımız var. Bu iş dünyada böyle değil. Daha profesyonel, daha insani şartlarda yapılıyor. Kriz bölgesine gitmeden önce eğitimlere girmen gerekiyor, sertifikan olmazsa öyle bir bölgede görevlendirmen yapılmıyor. Oradaki konumlandırman, güvenliğin her şey olması gerekene daha yakın."

Dijital teknolojinin foto muhabirliği üzerindeki en olumsuz boyutunun, reklam gelirlerinin azalmasıyla birlikte medyada çalışan kadrolu foto muhabiri sayısının düşmesi ve bütçelerin daralması olduğunu belirten Antakyalı, *"Dijital teknoloji medya kuruluşlarının bütçesini olumsuz anlamda etkiledi. Eskiden daha çok reklam geliri alabildiği için basın kuruluşları kadrolu foto muhabirleri çalıştırıyorlardı, aylık sabit ücretle, sigortasıyla, tazminatlarıyla, iyi yaşam koşullarıyla, gittiği yerlerde bunları finanse etmesiyle vb. İyi bütçelerle iyi işler oluşturuyorlardı. Şimdi çok sayıda oyun ve haber sitelerini barındıran mecrada reklam geliri paylaşılıyor artık. Gazeteler, foto muhabiri çalıştıran ana mecra, internet siteleri foto muhabiri çalıştırmıyor. Gazetelerin reklam gelirleri düşünce çok sayıda foto muhabiri işsiz kaldı. İnternet sitelerinde 50.000 görsele ihtiyaç var, foto muhabirlerine ihtiyaç var aslında ama ihtiyaç yok gibi*

davranıyorlar. Bu sorunsal nasıl aşılacak? Foto muhabirlerine bunun çözümünü sen bul diyorlar. Bizim bulduğumuz çözüm Depo. Biz bir şekilde buradan ilerlemeye elimizden geldikçe gayret ediyoruz. Fotoğraf kullanımı çok arttı. Bu çok fotoğraf kullanılması, editörlük becerisini sekteye uğrattı. Gazeteler tıklanma sayısını artırma heveslerinden, okuyucunun sayfada kalış süresini artırma isteğinden dolayı, bol ve birbirinin aynısı fotoğraflar kullanmaya başladı. Temel sıkıntılardan bir tanesi bu. Bu kadar çok fotoğrafın kullanıldığı ortamda birim ücretler düştü. Eskiden bir fotoğrafa 100-150 dolar para verilirken ya da Time'ın kapak fotoğraflarına ödediği parayla bir foto muhabiri epey bir süre refah içinde yaşarken, şimdi stok sitelerden 20 Dolar'a aldığı fotoğrafla Time dergisi kapak sorununu çözmüş oluyor."

Sezer Türkiye'de foto muhabirlerinin medyada ikinci sınıf olarak görüldüğünü ancak bu durumun sorumlusunun yine foto muhabirleri olduğunu iddia etmektedir, *"Herhalde 1960'lardan, 1970'lerden 2020'lere çok az şey değişti. Yakın zamana kadar, belki hala, gazetelerde şöyle bir şey vardı. Haber müdürü muhabir kıza, 'kızım, oradan bir fotoğrafçı, bir şoför al, işe git', diyor. Yani her zaman ikinci sınıf, her zaman bir yancı, sözüne itibar edilmeyen ya da işin teknisyeni gibi bakılıyor. Kameraman da, foto muhabiri de öyle. Bunun iki nedeni var, birincisi eğitimsiz insanlar, ikincisi kendine bu muameleyi layık görüp buna izin verenler. Benim başladığım dönemde alaylı çoktu, eğitimsizdiler, eğitimli insanlara tahammülleri yoktu, ezerlerdi. Şimdi bakıyorum, foto muhabirlerinin çoğu en az lise mezunu. Eskiden, okuma yazma bilip ilkokul mezunu olan, foto muhabiri oluyordu; lise mezunu olup bir şey olamayan da, muhabir oluyordu. Özellikle spor basınında. Şimdi tamam, her şey değişti neredeyse, benim çevremdekiler, %80'ler oranında - ama muhabir ama foto muhabiri- üniversite mezunu, basın yayın mezunu. Çok güzel, teknoloji takip ediyorlar ama yine bir sıkıntı var; o durumu üstlerinden atamadılar. Kendilerini geliştirmekte yetersizler ve o geleneği kırmakta çok zorlanıyorlar. Çok az insan var ki posta koysun ya da kendi başına bir şey yapmaya kalksın. Medyada az ancak bireysel yapabilme gücünü hisseden ya kendi ajansını kuruyor ya belgeselci oluyor; gidip de bir gazetede çalışmıyor. Şöyle güzel bir örnek aklıma geliyor; AP'deydim o zaman, 1999 depremiydi, Fransa'dan, AP'nin çok ünlü fotoğrafçılarından birisi geldi, muhabir de var. Haber yazıldı, fotoğrafçıya sordular, "Şurada mıydın? Bu işe gittin mi? Şunu çektin mi? Muhabir orada mıydı? Seninle miydi?" Hiç umursamadı bile. "Ben oradaydım ama, o benimle miydi haberim yok"*

deyip kestirip attı. Çünkü ben fotoğrafımı çekerim, fotoğrafımla yazarım, muhabirin yazdığı şeye fotoğraf çekmek zorunda değilim. Ama Türkiye'de bu tavrı koyabilen fotoğrafçı yok medyada."

Sezer ayrıca Türkiye'de foto muhabirlerinin meslek örgütlenmesinin de foto muhabirliğine katkı sağlamadığını aksine zarar verdiğini iddia etmektedir, "*Meslek örgütlerinin hiçbir olumlu katkısının olduğunu düşünmüyorum. Ben en son Foto Muhabirleri Derneği'nin yönetim kurlundaydım, 3-4 dönem görev yaptım. Ülke haber fotoğrafçılığına Türkiye Foto Muhabirleri Derneği'nin gram faydası olmadığını ve aksine zarar verdiğini düşünüyorum. Çünkü Türkiye'de örgütlenmek zor, mesleki örgüt daha zor. Çünkü sonuçta eğitim ve malzeme desteği için para lazım, parayı nereden bulacağız? Kimse Türkiye'de fotoğrafa para vermek istemiyor, önüne gelen elektronik dijital firmalara gidiyor. Canon'a gidiyorsun yok, Nikon'a gidiyorsun yok. Canon diyor ki geçen printer vermiştim daha ne istiyorsunuz. Koskoca Canon Avrasya, Türkiye'nin tek foto muhabiri meslek örgütüne printer vermekle övünüyorsa, yaşamasın. Kimse fotoğrafa para vermek istemiyor, sponsorluk anlamında para olmayınca da, meslek örgütü bağımsız olamıyor. Bağımsız olamadığı zaman da politik oluyor. Bağımsız olmaya çalışırsan bitiriyorlar, taraf olman lazım. Taraf olarak da kaliteli eğitim vermek mümkün değil."*

Akcan günümüzde foto muhabirlerinin hem halklar hem de devletler nezdinde güven yitirdiğini, bu güven sorunun ve alanda artan rekabetin foto muhabirlerinin çalışma koşullarını git gide zorlaştırdığını savunmaktadır. Güçlü bir kurumda çalışılmadığı takdirde foto muhabirlerinin sosyal güvencelerinin olmadığını vurgulayan Akcan, *"Bu coğrafyada veya Ortadoğu'da yaşananlara bakılırsa, foto muhabirlerinin işi çok zor ve tehlikeli. Ne halk ne de devlet tarafında bir güven uyandırıyorsun. Öyle bir meslek oldu ki kimse sana güvenmiyor. Çalıştığın mecralar senin anlattığın hikayeyi kendi ideolojisine göre anlatabiliyor. Bu senin güvenilirliğini sarsıyor. Gerçekten giderek zorlaşan bir iş yapılıyor, artık daha tehlikeli. Eskiden bölge bölge çalışıyorsan, şimdi dünyanın her yerinde ve her konu çalışılıyor her yere gidip gelebiliyorsun. Rekabet daha fazla, her yerde, sadece burada değil ve hep tetikte olmak zorundasın. Eğer iyi olmak istiyorsan takip etmek ve yeni teknolojiyi öğrenmek zorundasın, sosyal medyada var olmak zorundasın, bunlar da yetmiyor, bir şekilde sivrilmek için sosyal olmak gerekiyor. Eskiden işini yapardın, işin için ne gerektiriyorsa onu yapardın, ama*

şimdi ortada olman lazım. Eğer meslek olarak bunu seçiyorsak o meslek için yeni mecralar araştırman lazım, yeni editörlerle tanışman lazım, meslektaşların neler yapıyor onu bilmen lazım ama eskiden bu kadar yoğun değildi. Foto muhabirliği en önemli mesleklerden biri ve tehlikeli işler sıralamasının üstlerinde bence. Tehlikeli bir iş yapılıyor ve eğer sağlam bir kurumda, bir dergide, bir yerde çalışmıyorsan güvencen yok. Ben bağımsız çalışıyorum, bir çatışma bölgesine gittiğimde ya da bir kurum için gitmişsem, kendi olanaklarımla gitmiyorum ama orada kendi olanaklarımla var olmaya çalışmak zorundayım. Başıma bir şey gelirse sonuçta kimse bir şey yapmaz. Orada kendim baş edeceğim, kendim uğraşacağım. Veya ekipmanıma bir şey oldu, kendim karşılamak zorundayım. Onun dışında evet fotoğraf istiyorlar, çünkü fotoğraf hala bütün mecralar için önemli. Gittiğin işte koşulları zorlamak durumunda oluyorsun, çünkü rekabet içerisinde farklı hikaye çıkarmak zorundasın ki diğerlerinden farkın olsun. Foto muhabiri olarak istenmeyen bir insansın, çünkü bir kurum için çalışmaya gidiyorsun. Çalışıyorsun, insanların söylediklerini alıyorsun ama yayınlandığı zaman, o insanların söyledikleri yayınlanmadığında, sana güveni kalmıyor. Bir dahaki sefer oraya başka fotoğrafçı gittiğinde, 'biz konuşmak istemiyoruz', 'biz size derdimizi anlatmak istemiyoruz, çünkü bunlar yayınlanmıyor, siz başka şeyin peşindesiniz' deniyor. Bu yüzden artık halk tarafından da güvenilmeyen insanlar olarak görülüyoruz. Eskiden öyle değildi, eskiden bak gazeteciler geldi, foto muhabiri geldi burada değişim olabilir, en azından derdimizi anlatabileceğimiz birisi var diyorlardı."

Bayhan, görsellik her alanda önemli hale gelse de Türkiye'de foto muhabirlerinin konumlandırılmasında ciddi sıkıntılar olduğunu belirtmektedir. Türkiye'de gazetelerin fotoğraf servisi dahi olmadığını belirten Bayhan, foto muhabirlerine vasıfsız, sadece fotoğraf çekmekle yükümlü kişiler olarak bakıldığını ancak dünyada durumun farklı olduğunu ifade etmektedir, *"Türkiye'de foto muhabirliğinin bir konumlandırması yok ama dünyaya baktığında, foto muhabirleri başlı başına bir hikaye anlatıcısı konumunda. Çünkü foto muhabirleri bir yere gönderilir, yazar ayrı gönderilir, ikisinden de bilgiler toplanır. Foto muhabirinin verdiği bilgiler de önemlidir haberde. Hatta haberin ana merkezini oluşturur. Muhabir çoğu yerde olmaz. Sizin çektiğiniz fotoğraf, gazetenin ana konusu haline gelir. Dünyada fotoğraf, görsellik çok daha farklı noktada. Her ne kadar biz teknolojiyi*

içimize çok çabuk alsak da, foto muhabirlerinin geldiği nokta fotoğrafçı olmakta öteye gidemedi. Halbuki çok önemli değerler var."

Bektaş medyanın içinde bulunduğu mali yapıda özellikle serbest çalışan foto muhabirlerinin, fark yaratmak adına daha fazla risk aldığını belirtmektedir, *"Serbest çalışan kişinin ürünü satabilmesi için ne yapması gerekir, fark yaratması gerekir, o yüzden hep daha ileri gidip daha çok risk alıyor foto muhabirleri. Bu şekilde de öldürülüyor ya da kaçırılıyor; maddi değeri de var rehine olarak. Hiçbir gazete mesela Suriye'ye adam gönderemez. Güvenlik sıkıntılı, hepsini geç günlük masrafı çok fazla. Benim Rusların Gürcistan'ı işgali sırasında, Gürcistan'daki günlük masrafım bin Dolar civarındaydı. Herhangi bir gazete oraya foto muhabiri göndermez. Sen de bunu bilerek gidiyorsun. Herkes senden fotoğraf bekliyor, ne yapıyorsun daha uca gidiyorsun. Herkes bomba atılan yerden uzaklaşır refleks olarak, gazeteci oraya doğru gidiyor."*

Dijital teknolojinin medyada yarattığı değişim foto muhabirlerinin yaşam standartlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Genel olarak medyada özelde ise foto muhabirliğinde ödenen ücretlerin doyurucu olmadığı gözlemlenmiştir. Artan rekabet ortamıyla birlikte foto muhabirleri fark yaratabilmek adına, özellikle çatışma bölgelerinde daha fazla risk almaktadır. Diğer taraftan dijital teknoloji foto muhabirlerini analog fotoğrafın, film yıkama, kimyasal süreçlerle uğraşma gibi, zahmetlerinden kurtarmış olsa da, yeni iş yükleri ortaya çıkarmaktadır; günümüzde foto muhabirlerinden video çekmeleri de istenmektedir. Ayrıca foto muhabirlerinden sürekli güncellenen teknolojiye ayak uydurmaları ve dron gibi yeni olanaklar sunan aletleri kullanmaları da beklenmektedir. Bununla birlikte her ne kadar görseller önemli bir noktada olsa da özellikle Türkiye Basını'nda foto muhabirlerine hem yaptıkları iş hem de bulundukları konum itibarı ile gereken kıymetin verilmediği gözlemlenmiştir.

5.1.2.7. Etkiye İlişkin Bulgular

Foto muhabirliği ve belgesel fotoğraf geleneği geçmişten bu güne toplumsal sorunlara ışık tutmak, kitleleri bu sorunlar hakkında bilgi sahibi etmek ve çözümler aramak güdüsüyle var olmuştur. Bu noktada en büyük güç, fotoğrafın insanlar üzerinde yarattığı etkiden kaynaklanmaktadır. Günümüzde görsel imgeler hızla üretilmekte, paylaşılmakta ve aynı hızda tüketilmektedir. Fotoğrafın çabuk tüketilebilir hale gelmesi etkisinin zayıflamasına yol açmaktadır. Diğer taraftan internetle birlikte, görüntülerin

dünyanın dört bir yanına çok kısa sürede yayılabilmesi ve fotoğrafların milyonlarca insan tarafından görülebilir hale gelmesi ise etki alanını genişletmektedir. Bu durumu görüşmeciler farklı bakış açılarıyla yorumlamaktadır.

Bektaş fotoğrafın her zaman belirli bir etkisinin olduğunu ve internetle birlikte izleyici kitlesinin artarak daha etkili hale geldiğini belirtmektedir. Ancak bu etkinin başlı başına bir savaşı sonlandıracak ya da toplumsal değişim yaratacak bir boyutta olmadığını, fotoğrafın bu düzeyde bir etki yaratabilmesi için yükselen bir toplumsal hareket ya da ideoloji olarak karşılığını bulması gerektiğini iddia etmektedir, "*Fotoğraf oldum olası bir etkiye sahipti. Ancak bu etkiyi çok fazla abartmamak lazım. Vietnam Savaşı ile ilgili bir fotoğraf vardır, Napalm'den kaçan kız. O fotoğraf için savaşı bitiren fotoğraf derler. Hayır, ben ona tam olarak katılmıyorum. Fotoğraf tek başına bir anlam ifade etmiyor aslında ama fotoğraf yükselen bir ideolojiye görsel destek sağlayarak, ciddi şekilde farkındalık yaratabiliyor. O dönemde 68 kuşağı yükseliyordu, savaş karşıtı politikalar, savaş karşıtı gösteriler Amerika'da artmıştı. Napalm'den kaçan kız fotoğrafı da sembol oldu. Çünkü bu ideoloji görsel olarak karşılığını buldu ve bunu kullandı ve savaşı bitirdi belki de. Dolayısıyla fotoğraf etkili ama tek başına değil, bir fikir ile birlikte etkili fotoğraf. Mesela Aylan bebek. Aylan Bebek fotoğrafı da çok etkili fotoğraftı ama Suriye'deki savaşa karşı bir etkisi yok henüz. Sözde savaşa karşı söylemler var ama Suriye'de savaşı bitirecek gerçek bir yükseliş yok. Hani bu savaş bitsin, anlamsız bir savaş diyen bir konsensüs oluşmadığı için, Aylan bebeğe herkes çok üzüldü ama savaşı bitiren bir fotoğraf olmadı. Dolayısıyla fotoğraf hep etkiliydi , dijital fotoğraflarla birlikte etkinliği arttı. Çünkü yayınlanma mecrası eskiden sadece bir gazete iken ve az miktarda haftalık dergiyken şimdi sosyal medyada, Instagram hesaplarında geniş kitlelere ulaşıyor."* Bektaş diğer taraftan insanların çok fazla vahşet, şiddet ve kanlı görüntülere tanık olmasından kaynaklı olarak, şiddete olan tepki eşiğinin arttığını iddia etmektedir. Bu tip görsellere erişimin kolaylığı ve görüntülerin yaygınlığının insanların şiddeti kanıksamasına ve tepkiselliklerini yitirmesine neden olduğunu iddia eden Bektaş, *"O kadar çok vahşete, şiddete, kanlı görüntüye tanık oluyor ki insanlar, böylece duyarlılıklarının azaldığını düşünüyorum bu tip şeylere karşı. İnsanlar bunun karşısında o fotoğrafa bakıp üzülerek ya da bir fakirliği vs gördüklerinde oraya yardım yapan derneğe bir miktar para verip kendi vicdanlarını aklıyorlar. Ben o fotoğrafı gördüm, üzüldüm demek bile insanlara yetiyor. Bu görselliğe*

bu kadar aşina olduklarından tepkiselliklerini de bir süre sonra yitiriyorlar. Hem kişisel olarak etkilenme duygularını yitiriyorlar hem de tepkiselliklerini yitiriyorlar. Dolayısıyla başka ülkelerde, başka coğrafyalarda yaşanan olaylara karşı, her geçen gün bunlara daha olağan bakan ve daha az tepki gösteren bir insan kitlesinin arttığını düşünüyorum."

Antakyalı, fotoğrafa ve medyaya olan güvenin azaldığını ve "*görsel gürültü çağı*" olarak adlandırdığı yaşadığımız dönemde fotoğrafların etkisinin azaldığını belirtmektedir, "*Biz çektiğimiz fotoğraflarla dünyayı değiştiremeyiz değiştirmek isteyenlere ilham veririz. Eskiden bu daha kolay görünüyordu. Neden? Üretilen fotoğraf sayısı azdı. İnsanların baktığı mecra sayısı azdı. Rahat görüyorlardı. Bunlardan çok büyük sükse yapıyor, aralarından bazıları ikonik fotoğraflara dönüşüyordu. Günümüzde artık ikonik fotoğraf neredeyse çıkmıyor. Eski ile kıyasladığınız günümüzdeki fotoğraflar daha kaliteli. Eski bazı fotoğraflar için günümüzde diyoruz ki, 3 aylık foto muhabirinin yaratabileceği, çekebileceği fotoğraflar. Karşısında olmuş, doğru zamanda doğru yerde bulunup deklanşöre basarak çekilmiş çok da büyük bir yaratıcılık içermeyen fotoğraflar. Ancak fotoğraf sayısı az olduğu için, üzerinde çok tartışılıp, çok konuşuluyor. Uzun süre çok da farklı mecralardan çok farklı fotoğraflar gelmediği için fotoğrafları ikonlaştırmak daha kolaydı. Bugün, bu fotoğraf diyorsun ikondur diyorsun, 3 gün sonra herkes unutuyor. World Press Photo'da bundan 10-15 yıl önceye gitsek hangi fotoğrafların ödül alacağını az çok tahmin edebiliyorduk. Şimdi görmediğimiz o kadar çok fotoğraf var ki. Yayınlanmamış fotoğraf World Press Photo'da birincilik aldı. Eskiden böyle bir şey mümkün mü? Burada temel sıkıntı şu: Ben buna, "görsel gürültü çağı" diyorum. "Görsel gürültü çağında foto muhabirliği" diye yaklaşık 2-2.5 saat süren bir sunumum var. Birbirinden çok farklı seslerin bütünü anlaşılmayı zorlaştırdığı şeydir gürüldü. Her alanda o kadar çok sayıda çok fotoğraf çekildi ki. 1 trilyon fotoğraf çekiliyor bunun %95'i çöp içerikli ama bunlar diğerlerinin görünmesini engelleyici boyuta geçmiş. İnsanların bir görsele bakma süresi var. Eskiden görsele bakma ihtiyaçlarının gazeteler üzerinden tatmin ediyorlar diyelim. Şimdi kişilerin elindeki Facebook veya diğer sosyal mecraları ile herkes bu görsellerle fotoğraf kapasitesini dolduruyor. Fotoğraflar kültleşemiyor. Bir fotoğrafın kültleşmesi günümüzde zorlaştı çünkü uyaran sayısı arttı."*

Kızıl foto muhabirliğinin insanlar üzerinde yarattığı etkinin azalmasını izleyicilerin de içerik üretebilmesini sağlayan teknolojilere ulaşımın kolaylaşmasıyla beraber ele almaktadır, *"Kendisinin de kolaylıkla üretebildiği görsel artık, izleyicide beklendiği kadar etki yaratmıyor. Tepki verme, müdahil olma yöntemleri değişti. Eskiden olayın içine girip yardım etme çabasındaki insanlar, artık bir adım ötesinde o anı kaydetmeyi tercih ediyorlar. Bu da foto muhabirliğinin temelindeki tepki alma amacını inanılmaz zorlaştırıyor. Birine belirli bir süre içerisinde sürekli olarak vahşet içeren görseller izletirseniz delirir, fakat sistematik bir şekilde belirli aralıklar ile izletirseniz, benimser, normalleştirir. Bizim yaşadığımız da tam olarak bu gibi geliyor bana. Ruhunu korumayı başarabilen insan sayısı da her gün biraz daha azalıyor."* Kızıl yaşadığımız toplumun tüketim alışkanlıklarının da foto muhabirliğinin etkisini azalttığını belirtmektedir, *"Maalesef doyum noktasının olmadığı bir toplumda yaşıyoruz. Sürekli tüketiyoruz ki, hafızalarımızda buna uygun olarak evrimleşiyor ve bir öğütücü gibi hizmet veriyor. İşte bu noktada foto muhabirliği diğer bir temel prensibi olan kalıcılık ve etki yaratma anlamında ise geriye doğru gidiyor. Daha hızlı ürettiğimiz gibi daha hızlı da tüketiyoruz. Buna duygular da dahil. Gün içerisinde o kadar çok görsel görüyoruz ki sıradanlaşıyor bir süre sonra ve bu oldukça korkutucu. Açlık, ölüm, savaş artık hayatlarımızın bir parçası gibi ve bunlara tepki veren insan sayısı giderek azalıyor, normalleşiyor. İnsani duygularımız her gün biraz daha köreliyor. Üretim ayağı içinse hazırcılık, tembellik... Diğer bir gözlemim daha var ki beni en çok kaygılandıran değişimlerden biri. Biz üreten foto muhabirleri de duygusuzlaşıyoruz, bir nevi görsel üreten fabrikalar gibiyiz, duygusuz, empatiden yoksun, ben merkezci, maddiyat temelli... Halbuki tüm bunlar bizim tam karşısında olmamız gereken olgular. Yani şöyle söyleyebilirim benim gözlemlediğim kadarıyla, hani dediğim gibi çok fazla görsel var aslında, insanlar biraz belirli sorunlara da yavaş yavaş alışmaya başlıyor. Mesela gar patlamasında ya da herhangi bir terör olayında o kadar insanın normal şartlarda o kadar etkileyecek o kadar rahatsız edecek görüntülerle karşı karşıya kalıyoruz ki ama şunu fark ediyorum, insanlar o kadar etkilenmiyor. Baktıkça bir alışma süreci oluyor ki, bu da belki bizim insani duygularımızı köreltiyor gibi geliyor bana. Empati yapalım diye paylaştığımız fotoğraflar aslında empati duygumuzu köreltme durumuna da gidiyor bir yerden sonra."*

Suna fotoğrafın başlı başına bir politik duruş olduğunu savunmakta, fotoğraf tarihinden verdiği örneklerle son 15-20 yıl içinde gelişen sosyal medya gibi platformlar nedeniyle fotoğrafın etkisinin güç yitirdiğini belirtmektedir, *"Son 15-20 yıla baktığımızda gösterme araçlarının arttığını fotoğrafların etkisinin azalmasının sadece foto muhabirliği üzerinden gelişmediği açık. Herkesin bildiği, hafızasına kazındığı napalm bombasından kaçan kızın fotoğrafı, politik olarak bir çok şeye etki yaptı çünkü o dönem sadece oydu sembolü. Yani orada bulunan Nick Ut'ın çektiği bir fotoğraf, bir çok yere tek elden yayıldı. Sadece aynı kopya, bire bir, aslının aynısının olması her yerde aynı etkiyi yaratıyor. Ama bugün baktığımızda aynı konuda karşı propaganda için de aynı şeyleri kullanabiliyorlar. Nick Ut'ın fotoğrafı hala savaş karşıtı gösterilerde sembol fotoğraflardan birisidir. Fotoğraf başlı başına politik bir duruştur. Gerçekliği sunmak politik bir duruştur. Bu manipüle edilebilir bir şey de olabiliyor. İspanya İç Savaşı'nın sembol fotoğrafını çekti Robert Capa, hala bugün referandumda duvarlara Capa'nın fotoğrafı çizildi, grafitisi yapıldı. Ama şu an son 15-20 yılda sosyal medyayla birlikte foto muhabirliği üzerinden etki yaratacak, dünyayı kurtaracak dediğin noktada etkileyecek çok az fotoğraf çıkıyor, belki hiç olmuyor. Çünkü artık herkes bir şeyler çekebiliyor. Yoldan geçen birisinin çektiği fotoğraf bir foto muhabirinin çektiğinden daha fazla gündemde kalabiliyor."*

Sezer fotoğrafın kitleler üzerindeki etkisinin azalmasını dijital teknolojinin yarattığı dönüşümün genel etkisinin bir yansıması olarak yorumlamaktadır, *"Gelişen teknoloji bizi değiştiriyor. Bizim çalışma koşullarımızı, üretim alışkanlığımızı ve üretim biçimimizi değiştiriyor ama bu teknolojiden mi geliyor ya da teknolojiyi kullanandan mı geliyor bu bir soru. İşte web sayfaları var diye mi biz böyle yapıyoruz? Evet web sayfaları var ve anlık değişiyor. Bizim de anlık onlara bir şey vermemiz lazım. Evet kullanıcı açısından da araştırmalar var ya on iki tıktan sonra bakmıyormuş. Ona rağmen yine 50 tane tıklı sayfalar var. Zaten insanlarda gazete almıyorlar gazetede fotoğrafa bakmıyorlar en önemlisi o. Hele hele cep telefonlarıyla birlikte. Artık tablet bile ikincil hale geldi. Gazeteyi buradan okuyorum, fotoğrafa buradan bakıyorum. Biraz daha ekranı büyütüyorum, fotoğrafımı görüyorum ve işte çok kaliteli fotoğraf çekmeme de gerek yok aslında. Çok kaliteli makineye de gerek yok. Şu platformda yayınlanacak, ölçüsü belli, çözünürlüğü belli. Cep telefonu ile çekip yayın kuruluşuna atabilirim. Cep telefonu ile video çekip atabilirim. Nitekim artık böyle oluyor. Muhabir*

ya da foto muhabiri önemli olaylarda önce cep telefonuyla 1-2 kare fotoğraf çekip bunları Whatsapp aracılığıyla editörüne gönderiyor. Bu ilk kareler yayın kuruluşunun, eğer ki bir yazılı medya ise, web sayfasında yayınlanıyor. Haber daha sonra gelen fotoğraflarla destekleniyor. Çünkü sonuçta olay mobil ve mobil cihazlar üzerinde yoğunlaşmaya başladı. Bu ne olacak? Bir süre sonra abartılı da olsa işte kamera, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı, defter, kalem bir akıllı telefona indirgeniyor. Onunla giriyorsun, bununla ses alabilirsin, bununla fotoğraf çekebilirsin, görüntü çekebilirsin ve gönderiyorsun işlemler bitiyor, yine bununla izliyorsun. Yani bir projeksiyonda fotoğrafa bakmak var bir de telefonla bakmak var. Fotoğraf zevkini öldürüyor, bakışı öldürüyor bu durum. Ne oluyor? Başka bir açıdan hayatı özümseyemiyorsun, tat alamıyorsun zaman geçiremiyorsun, bir şey öğrenemiyorsun bu hızla ölüyorsun. Beynin ölüyor, zihnin ölüyor, yetenekler köreliyor, algılamam düşüyor ve köreliyor. Sorgulayacak bir vaktin olmuyor her şey hızlı her şey bunun elinde düşünmeye yorumlayama hiçbir şeye vaktin ve ihtiyacın da yok ve bir şekilde insan robotlaşıyor. Zihni de robotlaşıyor."

Özmen, Vietnam Savaşı ve Suriye İç Savaşı görüntülerini karşılaştırarak fotoğrafın kitleler üzerindeki etkisini yorumlamaktadır, *"Vietnam'da çekilen fotoğrafların bir kamuoyu yarattığı ve bir değişim yarattığını biliyoruz. Onu mesela 7 yıldır devam eden Suriye'deki savaş için kaydedilen binlerce fotoğraf neden hiçbir şeyi değiştiremedi diye sorarsak kendimize herhalde cevap bu olur. Instagram var elimizde Facebook, Twitter var dediğim gibi saniyeler içerisinde yüz binlerce fotoğraf akıyor oraya. Bunu izleyen insanlar tabii ki görsel bombardıman altında kalmış oluyorlar. Fotoğrafın etkisi muhtemelen eskiye oranla daha da azalmıştır."*

Akcan kendisi ve ajansı adına fotoğrafa ve fotoğrafı çekilen insanlara karşı yaklaşımında saygı ve dürüstlük kavramlarını öne çıkarmaktadır. Rahatsız edici fotoğrafların değişim yaratacak olması durumunda kullanılabileceğini ancak özellikle şiddet içerikli fotoğrafların kullanımının fotoğrafın etkisini azaltarak insanlarda kanıksama durumu yarattığını iddia etmektedir, *"Nar Photos'taki bütün fotoğrafçılar şunu kabul ediyor, çalıştığımız her şeye saygımız var, onlara karşı sorumluluğumuz var. Bir sene boyunca bir konu çalışıyorsun o insanlarla artık arkadaş akraba oluyorsun. Onlar bazen senin anlattığın şekilden daha farklı düşünebiliyor olabilir. Bunları gözeterek o hikayeyi değiştirmek zorundasın. Sen kafandakini anlatamazsın orada.*

Bunu yayınlarken de aynı şekilde yayınlanmasına özen gösteriyoruz. İkincisi herhangi birisi, bunu yayınlanmasını -yani ola ki fotoğraf çektirmiştir, anlatmıştır ama yayınlanmasını istemiyordur- herhangi bir yerde görünür olmasını istemiyor, onu kesinlikle dahil etmiyoruz. Onun dışında son işte 4-5 senedir Gezi ile beraber, ondan sonra Diyarbakır'daki, Cizre'deki bir sürü süreçten sonra çatışmalı ortamlarda yaşananı göstermek zorundasın. Burada yaşadığımız benim bire bir yaşadığım gazdır, tomadır, sudur bunları çok fazla paylaştık. Çünkü olan oydu. Bir yerden sonra artık başka bir şey gösteremez duruma geliyorsun ve o gösterdiğin şeyler aslında bir alışkanlık yaratıyor insanlarda. Bir süre sonra güzellemeye doğru gidiyor. Çünkü fotoğraf estetik bir şey, sen sürekli aynı durumun farklı versiyonlarını türetiyor oluyorsun. Bazı arkadaşlardan, bizim ajanstan olmasa bile, farklı yerlerden de fotoğraf alıyoruz, Diyarbakır'da, Cizre'de yaşanan olaylarda insan hikayeleri anlatırken o şiddeti göstermek adına çok fazla şiddet görüntüsü, yaralı insan gelmişti ancak onların ailelerine saygı göstererek ceset fotoğrafı yayınlamamaya özen gösteriyoruz. Çünkü eninde sonunda sen fotoğrafa bakanları da düşünmek zorundasın. Yani ne kadar etkileyecek, çünkü zaten bunlar paylaşılıyor ve sen de aynı şeyi orada durup servis edeceksen bu ne kadar etki değişimine neden olacak. Mesela Aylan'ın fotoğrafı çok önemli. Ne kadar değişim yarattı o ayrı tartışılır ama o fotoğraf bir sürü insanı kendine getirdi. Bir süre insanların bakış açıları değişti Suriye'den gelenlere karşı. Ama sonradan yeniden başka bir şeye döndü. O fotoğraf rahatsız edici bir fotoğraf ama değişim yaratacak bir fotoğraf. Evet onu o zaman koyarsın. Kan göstermek, ceset göstermek eğer ki bir şeyleri değiştirecekse tamam ama değiştirmeyecekse yeniden üretecekse buna karşıyım. Artık insanlar baka baka kanıksıyorlar. Artık dediğim gibi gücünü yitiriyor fotoğraf ve sen onu sürekli üretiyorsun."

Akdoğan fotoğrafın kolay tüketilebilir hale gelmesinin olumsuz bir etki yarattığını ancak ulaşılabilen insan sayısının artmasının önemli bir katkı olduğunu belirtmektedir, *"Çok fazla insana ulaşabiliyorsunuz. Bu çok önemli. Dünyanın diğer ucundaki insana bile ulaşabiliyorsunuz. Eskiden gazetenin sattığı yerler, sınırlar belliydi ama şimdi öyle değil. İnternete girmiş bir fotoğraf dünyanın diğer ucuna bile ulaşıyor. Kolay tüketildiğini söyledik ama milyonlarca insana ulaşması da çok artı bir değer. Fotoğrafı iletmek kolay olduğu için insanların ani tepkiler vermesine sebep oldu.*

Biz çektiklerimizi daha hızlı aktarıyoruz, tepki uyandıracak olaylarda insanlara kolay ulaşması bence en önemli özellik."

Berkin medyada yaşanan tekelleşmenin foto muhabirliği söylemini sınırlandıracağını ve yakın gelecekte farklı seslerin ve aykırı görüntülerin medyada yer alamayacağını iddia etmektedir. Böylelikle kitleleri etkileme potansiyeli olan fotoğrafların belirli bir süzgeçten geçerek servis edileceğini savunan Berkin, *"Kartel bir yapı var dünyada. Foto muhabirliği de bu yapı içinde yer alıyor. Bunun dışında da çok belki freelance fotoğrafçılar bir şey ifade ediyor ama onların da sorgulanması lazım diğer gazeteciler kadar. Çünkü biz yeri geldiğinde aktivist olarak da görebiliyoruz ya da çok başka işleri yapmak isteyen insanlar da bu kimlik ve meslek adı altında çalışma yapabiliyor. İleri doğru gidince embedded foto muhabiri çizgisinde, bir kontrol mekanizması tamamen kurulmuş olduğunu göreceğiz. Çok da aykırı fotoğraflara yer verilmeyecek. Ben öyle düşünüyorum. Hangi birimde, ne şekilde varsan bu işi yaparsan yap mutlaka ses getirecek fotoğraflar olacak ama bu ses getirecek fotoğraflar, hangi çizgide ya da kimin ve neyin hangi boyutlarda izin verdiğine bağlı olarak yayınlanacak. Çok fazla serbest hareket eden, gördüğü gerçekleri yansıtabilecek bir yapı kalacağını sanmıyorum ama foto muhabirliği adına öbür çizgide bu yapıyı belki de sağladığını iddia eden gruplar ve insanlarla çalışacaktır mutlaka. Sen hiçbir şekilde hiçbir yere servis yapamayacak hale gelirsin, mutlaka alternatif şeyler servis yapılacaktır. Alternatif görünen şeyler servis yapılıp değer kazanacaktır. Şimdi bakacaksın hakikaten çok iyi fotoğrafçılar yapıyor olacaklar yani ve onlar bize bir alternatif olarak görünecek. Hakikaten alternatifler ne, sorgulanması gerekecek. Diğerlerinin şansı kalmayacak."*

Foto muhabirliğinin özellikle sosyal medya vasıtasıyla daha büyük kitlelere ulaştığını belirten Bayhan, fotoğrafın etkisinin arttığını savunmaktadır, *"Bir şekilde fotoğrafın birilerine dokunması, bir kişiye bile erişmesi çok önemlidir. Fotoğrafçılığın ana unsurlarından birisi insana dokunmak. Bu Twitter ya da internet gazetesiyle olsun bir şekilde ulaşması bence foto muhabirliğinin geldiği nokta açısında çok önemli. Sadece gazete ya da basılı medya endeksli görsel kültür geldiğimiz noktada yeterli olmayabilir. O noktada farklı mecralarla ulaşmak güzel bir duygu."*

Katılımcılar tarafından foto muhabirliğinin etkisi iki boyutta ele alınmaktadır. İlk olarak günümüzde yaşanan görsel yoğunluğunun fotoğrafın etkisini azalttığı, insanların acı, şiddet ve vahşet içeren fotoğraflara karşı etkilenme eşiğinin yükseldiği ve buna bağlı olarak insanların bu tip görselleri kanıksama noktasına geldiğine ilişkin görüş ağırlık kazanmaktadır. Bu ortamda fotoğraflar kolay tüketilebilir hale gelmiştir. Bir diğer görüş ise; internet ortamıyla birlikte fotoğrafların global ölçekte yayılarak ulaştığı insan sayısında meydana gelen artışla birlikte etkisinin arttığına ilişkin görüştür. Bu durumda fotoğrafların etkisinin, dijital teknoloji ile birlikte nitelik olarak azaldığını ancak aynı zamanda dünya çapında ulaşılabilen insan sayısındaki artışla birlikte nicelik olarak arttığı söylenebilir.

5.1.3. Foto Muhabirliğinin Geleceğine İlişkin Bulgular

Foto muhabirliği 1970'li yıllarda televizyonun iletişim alanında hakim olmaya başlamasıyla birlikte, işlevini yitirip yitirmediği tartışmalarına sahne olmuştur. Gelişen teknolojilerle birlikte bu tartışmalar günümüzde halen devam etmektedir. Ancak foto muhabirliği bir meslek olmasının yanı sıra bir anlatım dili ve hatta yaşam tarzı olarak varlığını sürdürmektedir. Görüşülen foto muhabirlerinin büyük çoğunluğu bu işi bir meslek olarak değil yaşam tarzı olarak kabul ettiklerini ifade etmektedir. Bu kapsamda foto muhabirliğinin teknolojik gelişmeler etrafında farklı boyutlar ve nitelikler kazanarak önemini sürdüreceğine ilişkin düşünce öne çıkmaktadır.

Foto muhabirliğine her dönemde ihtiyaç olacağını ve mesleğin evrim geçirerek yaşamaya devam edeceğini belirten Antakyalı foto muhabirlerinin, finansal anlamda ve yaratıcı yollar bularak varlığını sürdürebileceğini belirtmektedir. *"Foto muhabirliğine bir şey olmuyor, foto muhabirliği hayatına devam ediyor ancak yeni durumlara uyum sağlamaya direnenlerde sıkıntı oluyor. Foto muhabirliğinin geleceği şu, sürekli ihtiyaç var bu işe. Fotoğrafsız mı çıkacak yayın organları? Ama bizim onu bir sistematik içerisinde yapmamız gerekli. Bunu sistematik bir şekilde yapabilmek için meslek profesyonellerini bir şekilde korumamız gerekiyor. Bunu yapacak sistemler üzerinde çalışmamız gerekiyor. Tek taraflı değil, foto muhabirlerinin de yeni çıkış yolları bulmaya katkı sağlaması gerekiyor. Çok yoğun çalıştığımız bir mecra, tutkuyla bağlı olduğumuz bir mecra fotoğraf. Ama karşılığında iyi projelendirirsen ekonomik gelirini arttırabiliyorsun. Foto muhabirlerinin kaynak yaratma becerilerini çok üst düzeye çıkartmaları gerektiğini düşünüyorum. Buna yönelik bir takım çalışmalar da var. Nasıl*

bu kaynağı yaratabilirler onun üzerinde duralım. Mesela çok iyi bir avukat tutarak fotoğraflarının telif haklarını almalılar. Fotoğraf bedava bir ürün değil. Hepimizin bunu içselleştirilmesi lazım. Eşe dosta dağıtılacak bir ürün değil, biz bundan para kazanıyoruz. Yani profesyonel yapıyorsak bedeli olması lazım. Bunu zengin olmak için yapmıyoruz, işimizin sürdürebilirliği için kesinlikle bu şart. Bedavaya fotoğraf vermeyeceğiz. Hukuki olarak güçleneceğiz. Yeni yollar bulacağız. Mesela Kickstarter gibi crowdfunding oluşumları var. Kitle fonlamalarıyla bağış yoluyla işini sürdürebiliyorsun. Diğer taraftan, sivil toplum örgütlerine proje götürüyorsun, bunlarla beraber bazı projeler yapıyorsun. Kızılay olabilir, Sınır Tanımayan Doktorlar olabilir, Mimarlar Odası da olabilir. Doğru projeyi, doğru kişilere götürebilecek beceriler geliştirmemiz gerekiyor. Bunları yapamıyorsak da bunları yapabilecek bir kişiye, menajerinizdir, başka bir şeydir, parayı vereceğiz ona da gelirden bir modelleme sunacağız. Doğru kişilerle doğru yerde bir arada bulunabilmek, işlemi doğru yapabilmek gerekiyor. Çıkış yollarımız temel olarak özgün hikayeler. Sonuçta istediğin kadar ticari becerin olsun, satmak istediğin iyi bir şey değilse millet niye para versin. Onun için sürekli olarak fotoğrafını çekeceksin. Her gün mesleki pratiklerini yapacaksın. Dilini oluşturmaya çalışacaksın, fark edilmen gerekiyor. Yaptığın işi insanlara duyurman gerekiyor. Bunların hepsini çok iyi tıkır tıkır işletip ayakta kalabilmek ve bu iş modelinde profesyonelce yürütmek lazım. World Press Photo'nun son raporlarında görüyoruz; yarışmaya katılanlarda geçen yılla bu yıl arasında foto muhabirliğini meslek olarak yapmayan bir çok insan var. Adam doktor, muhasebeci belgesel fotoğraflar da çekiyor, World Press Photo'ya fotoğraf gönderiyor. Alttan böyle bir kesim geliyor. Çünkü ekonomik olarak zaten rahatlıkları var, bunun üzerine de fotoğraf çekerek bir şeyler yapıyorlar."

Akdoğan başlangıcından bu yana foto muhabirliğini çok sevdiğini ancak artık geçmişteki heyecanın ve mesleğe olan sevgisini yitirdiğini belirtmektedir. Akdoğan temel sıkıntının, medyanın inandırıcılığını ve bağımsızlığını yitirmiş olmasından kaynaklandığını ve bu durumun, cesur gazetecilerin medyanın bağımsızlığını topluma kanıtlaması ile çözülebileceğini düşünmektedir. Aksi takdirde mevcut medya koşullarında iletişim fakültelerinin de işlevsiz hale geldiğini savunmaktadır, "*Patronlar için söylemiyorum çünkü onların ürettiği gezeleteler satmıyor artık. Normal gazetecilik yapılsa satılır mı, satılmaz mı, bilemem. Sonuçta gazeteci eleştirel bakar ve bütün*

gazetelerde bu eleştirel bakış açısı olursa bu gazeteler satar mı, emin değilim. Toplum da dönüştü çünkü. Toplum kesinlikle medyayı da ayrıştırdı. Bunlar bunların, bu bunun diye. Medya artık inandırıcılığını yitirdi. Medyanın en büyük sorunu bu artık. Cesur gazetecilerle medyanın bağımsız olduğunu topluma göstermemiz lazım. Bu yapılması gereken en önemli adım. Belki toplumun bize sahip çıkmasını sağlayacak olan şey, bizim cesur girişimlerde bulunmamız olacak. Herkesin bir siyasi fikri olabilir ama gazeteci belirli bir aşamadan sonra görüşünü kenara koymasını bilen insandır. Böyle bir nesil yetişmiyor. Yetenekli çocuklar, sorgulayan çocuklar bakıyorlar meslekte gelecek yok. Neden yok? Çünkü ücretler ortada. Kaçıp gidiyor. Bir sürü iletişim fakültesi var. Bunların kapanması lazım artık. Boş yere yetiştiriliyor insanlar. Şu an dipteyiz."

Bayhan'a göre görsellik farklı bir noktaya gitmekte ve yeni bir dil gelişmektedir. Salt fotoğrafın değerini koruyacağını ancak dinamik bir yapı içinde sunum biçimlerinin değişime uğrayacağını savunan Bayhan'ın foto muhabirliğinin geleceği ile ilgili görüşleri şu şekildedir, *"Facebook bile değerini yitirdi, Instagram'a doğru gidiyoruz. Instagram fotoğrafları değerini yitirdi, Storylere doğru gidiyoruz. Basılı mecralar azalıp dijital mecralar ön plana çıkarken foto muhabirleri de kendi içinde video ve sese duyarsız kalamayacak. Büyük ajanslara kadar artık bunu yapıyorlar. Fotoğraf makinesinin yanında video kamera da taşıyorlar. Ses ekipmanları da oluyor. Bunu bir şekilde farklı bir konumlandırmaya getiriyorlar. Gelişen teknolojide bu dilden bağımsız kalmak zor. Ama salt fotoğraf, değerini koruyor. Bence asıl hedef ifade ettiğimiz görselliği insanlara iletmekse farklı dilleri kullanmak zorundayız."*

Kızıl foto muhabirliğinin geleceğinde teknolojinin etkisinin belirleyici olacağını ancak buna bağlı olarak foto muhabirliğinin evrileceğini belirtmektedir. Geleceğe ilişkin hikayeci karakterin ve sanatsal yaklaşımların öne çıkacağını vurgulayan Kızıl bu konudaki düşüncelerini, *"Powder" diye bir film izlemiştim zamanında. Filmde annesi ona hamileyken yıldırım çarptığı için doğaüstü bazı güçler edinen Pudra lakaplı bir çocuğun hikayesi anlatılıyordu. Bu Pudra'nın güçlerinden biri de dokunduğu canlının hissettiklerini sanki kendisi yaşıyormuşçasına hissetmesi. Bir sahnede kötü kalpli duygusuz bir karakter olan avcı, geyik vurur ve Pudra hayvanın can çekişirken hissettiklerini geyiğe ve avcıya aynı anda dokunarak onun da hissetmesini sağlar. Avcı çektiği inanılmaz acının ardından, geyiğe yaşattıklarından ötürür müthiş bir üzüntü*

duyar ve bir daha silaha dokunamaz. Biraz böyle bir şey, yapmamız gereken. Çektiğimiz fotoğraflarda Pudra etkisi yaratmamız gerekiyor. Ama bunun için öncelikle bizim aynı duyguyu hissedebilmemiz gerekli. Bu görsel çöplükte var olmayı ancak bu şekilde başarabiliriz. Hissedebilmemiz için de yaşamamız, anlamamız gerekli. Bas çek devri kapandı. Etrafımızı saran duygusuzluk çemberini kırabilmemiz gerekiyor, yoksa var oluşumuzun hiç bir anlamı kalmaz. Elbette bu değişimin biraz önce de bahsettiğimiz negatif etkileri var ama bir yandan da pozitif bir yola da soktu bizi bu değişim. Belki de en başından beri yürümemiz gereken yola, gecikmeli de olsa bir nevi itilmiş olduk. An kovalamaktansa o anı meydana getiren hikayeleri kovalıyoruz artık. Birer hikayeciyiz artık ve bu yönde estetik kaygılarımız da belirginleşti. Nasıl bir kitapta yazarın dili, anlatım gücü, betimlemeleri önem arz ediyorsa, biz foto muhabirlerinin de benzer kaygılar gütmesi gerekiyor" şeklinde ifade etmektedir.

Suna insanların güvenilir kaynaklardan haber alma isteği devam ettikçe foto muhabirliğinin var olacağını ifade etmektedir, *"Ben öyle öldü, yok oldu gibi bir şey olacağını düşünmüyorum. Her ne kadar kötü dönem, kötü süreçler -hem kendi ülkemiz özelinde hem dünya genelinde- yaşasak da, herkes güvenilebilir kaynakların haber alanında olmasına ihtiyaç duyacaktır. İnsanların foto muhabirliğine güven duygusu yıpranmış olabilir, kötü niyetle kullanılmış olabilir ama foto muhabirliği yok olacak diye bir şey yok. Gelecekte bir şekil değiştirebilir. Çalışma, kullanım şekli değişebilir teknolojinin getirileri ile, ama tamamen yok olacağına inanmıyorum. Çünkü ben şöyle hissediyorum foto muhabiri olmayan ama fotoğraf çekebilen insanlar bile, foto muhabirlerin fotoğraflarına bakmak istiyorlar."*

Sezer foto muhabirliği mesleğinin evrimleşerek ve yeni teknolojilere uyum sağlayarak hayatına devam edeceğini savunmaktadır. Ancak yeni teknolojilerle birlikte foto muhabirlerinin farklı donanımlar edinmesi gerektiğini belirtmektedir, *Dijital çıktıktan bu yana konuşulan, tartışılan ya da söylenen işte, bitti bitiyor, gitti gidiyor. Bir kere hiçbir şekilde yok olmayacak, ama evrilecek. 90'lı yıllarda tek bir iyi fotoğraf çekerek bütün bir hikayeyi anlattığını ya da başarılı olduğunu ya da üretken olduğunu düşünürken, o tekil fotoğraftan çoğul fotoğrafa geldi. Çoğul fotoğrafta ikiye ayrıldı; bir belgesel fotoğraf olarak iki dijital ile birlikte galeri olarak. İşte birinin kalitesi ve tükenme durumu farklı, öbürününki farklı. Foto muhabiri aynı zamanda, -videographer diye de bir şey çıktı- videographer ile fotographer arası bir şey olacak.*

Bize şimdi ajansta salık verilen, 'video çekmeyi de öğrenin çünkü iş buna evriliyor'. Bir süre sonra sizden belki de fotoğrafla beraber video çekmeniz de istenecek. Diyorum ki benim işim fotoğraf çekmek, bir olayda hem fotoğraf hem video çekebilmem için o olayın önce fotoğrafını çekip sonra videosunu çekmem lazım. Aynı anda bir ondan bir ondan mümkün değil. Ayrı kafa, ayrı kompozisyon, ayrı hassasiyetle çerçeve ve bakış isteyen işler. İşte belki yeteneklerimizi zorlayacağız, algımızı, bakışımızı genişleteceğiz, ikisini bir arada yapmak zorunda kalacağız. Birini önce çeksin birisini sonra, ama sonuçta bir foto muhabirinin belki bir iki sene içinde, 'yok kardeşim ben video çekmem, ben video çekmeyi bilmiyorum' gibi bir mazereti kalmayacak. İkisini de en azından bilecek ama nasıl yapacak onu bilemiyorum. Kurumuna göre değişir. Ama bilmek zorundasın, belki de montajlamasını öğrenmek durumunda kalacak. Bizi oraya evirecek ama hiçbir zaman ne fotoğraf ölecek ne foto muhabirliği ölecek. Aynen dijital ile birlikte makine nasıl gelişiyorsa biz de ayak uydurup kendimizi geliştireceğiz. Şimdi fotoğraf makineleri video da çekiyor, belki başka video formatları çeken şeyler de eklenecek belki aynı fotoğraf makinesinden time lapse bile yapabileceğiz mesela. Teknoloji değişecek, biz de o tekniği kullanma becerisiyle ayak uydurma zorunda kalacağız."

Özmen foto muhabirliğinin felsefesinin 100 yıl önce de aynı olduğunu ve bu şekilde devam edeceğini, ancak teknoloji ile birlikte kullanım ve aktarım şekillerinin değişebileceğini iddia etmektedir, *"Çok görselin üretildiği, foto muhabirliği özelinde çok fazla görselin ve hikayenin üretildiği bir dönemdeyiz ve bir kısmı bunun kirlilik yaratıyor. Tabi iyi iş de var kötü iş de var. Artık biraz daha nitelikli işlerin medya ve editörler tarafından iyi işlerin peşine düşüleceğini tahmin ediyorum önümüzdeki yıllarda. Yine 50 yıl öncesindeki gibi biraz daha insanlar, dergiler, gazeteler kaliteli iş üretmeye önem verecek diye düşünüyorum. Geleceğini görmek çok zor çünkü teknolojiyle birlikte her şey çok hızlı gelişiyor, çok hızlı değişiyor. Kestiremiyorum aslında nereye gideceğini tam, ama bu işin felsefesi 100 yıl öncesindeki felsefeye sahip. Şu anda da değişen bir şey yok felsefesinde. Sadece kullanım şekilleri, aktarım şekilleri değişecektir. Yeni platformlar doğacaktır, fotoğraf paylaşabileceğimiz hikayeler anlatabileceğimiz. Foto muhabirlerinin de bu yeni gelişmeleri takip edip kendilerini adapte etmesi gerekecek. Bu hikayeler yaşanıyor. Bu hikayeleri anlatacak insanlara her zaman ihtiyacımız var. Sadece moda olan vatandaş gazetecilik gibi değil her zaman*

hikaye anlatacak gazetecilere, görsel hikayecilere ihtiyacımız var, olacak da. Sadece bu kişilerin kendilerini çok sık güncellemesi gerekiyor. Sürekli yeni gelişmeleri takip ediyor olmaları lazım foto muhabirlerinin."

Bektaş haberin maliyetli bir hal alması ve teknolojinin getirileri ile birlikte medya sektöründe daralmanın süreceğine inanmaktadır. Teknolojinin önemli dezavantajlarından birinin, insana olan ihtiyacın azalması olduğunu belirten Bektaş buna bağlı olarak haber odalarının da git gide küçüleceğini iddia etmektedir, *"Bu teknolojinin en önemli dezavantajı, haber odalarının küçülmesi oldu. Eskiden teleksci vardı. Teleks ile İstanbul'a geçiyorlardı. Bir sisteme yazıyorlardı falan. Teknoloji gelişti onlar gitti. Karanlık odacılar falan vardı onlar gitti. 5 kişinin yaptığı işi 1 kişi yapmaya başladı. Şimdi mesela Reuters robot geliştirdi ve haberi robot yazıyor. Teknoloji hızı artıracak bence, ancak insanlara duyulan ihtiyaç daha da azalacak."* Bektaş bu durumdan foto muhabirlerinin de etkileneceğini ancak medyanın internette mali olarak değerini koruduğunu ve insanların habere olan ihtiyaçlarının devam ettiği sürece bu işin sürdürüleceğini ve bunu yapanların bir kısmının da foto muhabirleri olacağını iddia etmektedir.

Berkin gelinen noktada foto muhabirliğinin hala bir yeri olduğunu ancak gelecekte nasıl bir yere sahip olacağına ilişkin soru işaretleri bulunduğunu belirtmektedir. Herkesin fotoğraf çektiği ve fotoğrafın çabuk tüketilen bir metaya dönüştüğü günümüzde, etkisini sürdürebilmesi açısından seçici davranarak yayıncılık yapılmasına bağlı olduğunu savunan Berkin böylelikle foto muhabirlerinin üretimlerinin diğerlerinden ayrılacağını belirtmektedir. Tekelleşmeye bağlı olarak örgütsel yapının da değiştiğini, bu yapı içinde var olabilmek adına farklı alternatifler geliştirilmesi gerektiğini savunan Berkin bu durumu, *"Büyük ajansların dışında sadece ve sadece işte belli grupların butik yapı içerisinde çalışmalarının devam edeceğini düşünüyorum"* sözleriyle özetlemektedir.

Akcan, her ne kadar bugün çabuk tüketilen bir meta halini almış olsa da, fotoğrafın gelecekte tarihsel bir belge olarak kıymetli olacağını ve bu noktada önemini koruyacağını belirtmektedir. *"Dönem dönem, foto muhabirliği öldü mü ölmedi mi, ölüyor mu diye hep tartışıldı. Şu anda çok riskli ve tehlikeli bir yerde, ama ölmeyecek bir meslek. Bugün çektiğimiz çabuk tüketilen fotoğrafların hepsi, yarın çok önemli ve*

değerli bir zamanı anlatan fotoğraflar olacak. Sadece bunu bugün için düşünmemek gerekiyor, bir on sene sonra şimdi atladığımız veya bakıp geçtiğimiz bir sürü haberin mevzunun fotoğrafı çok önemli olacak çok değerli olacak. Arşiv açısından çok değerli. Foto muhabirlerinin farklı meziyetler de edinmesi gerekiyor. Zaten sadece fotoğraf çekmek değil, bilgi sahibi olmalısınız, takip etmek zorundasınız bütün kültürel sosyolojik her şeyi, değişimi görmek zorundasınız, anlamak zorundasınız, iletişiminiz iyi olmalı. Bunların hepsini bir kenara koyarak yeni teknolojiyi takip etmek zorundasın, orada var olmak zorundasın. Eskiden daha saygıdeğer bir meslekti, şimdi o kadar değil. Bununla da baş etmek gerekiyor ama dünya bu kadar karıştıkça foto muhabirliği de artarak devam edecek diye düşünüyorum. Yani o gelişim değişim nasıl olacak bilmiyorum ama şu anda sadece fotoğraf yeterli değil. İyi fotoğraflar her zaman kalıcıdır. İyi çekilen fotoğraflar, bugün çabuk tüketilenler, 10-20 sene sonra hala var olacaklar. Ama hareketli görüntü şu anda daha çok bakılıyor, dinleniliyor daha gerçekçi geliyor insanlara, bunları da yapmak gerekiyor."

Foto muhabirliğinin geleceğine ilişkin tartışmalar teknoloji ve onun biçimlendirdiği medya ortamı çerçevesinde gerçekleşmektedir. Foto muhabirliğine ilişkin tarihsel süreçte ortaya çıkan kriter ve gelenekler mesleğin düşünsel boyutunu oluşturmakta ve bu noktada temel prensiplerde değişim gözlenmemektedir. Ancak üretim ve aktarım biçimlerinin yanı sıra mesleki yapılanma teknolojinin getirileri ile birebir etkileşim halindedir. Bu noktada katılımcılar, yaşanan dönemin sıkıntılarını ortaya koymakla beraber foto muhabirliğinin geleceğine ilişkin olumlu görüşlerini ortaya koymaktadır. Ancak bunu sağlayabilmek adına foto muhabirleri gelişen teknolojinin getirilerine göre kendilerini güncellemek ve bu doğrultuda yeni donanımlara sahip olmak zorundadır. Teknolojiye adapte olmak ve getirilerini etkin bir biçimde kullanmanın yanı sıra foto muhabirleri yaratıcı ve özgün işler ortaya koymak zorundadır. Diğer taraftan mevcut medya ortamında tutunabilmek ve mesleki devamlılığı sağlayabilmek adına özellikle serbest çalışan foto muhabirlerinin ve fotoğraf ajanslarının yeni iş ve finans modelleri oluşturmaları ve diğer taraftan telif hakları ile ilgili işin hukuki boyutunu takip etmeleri gerekliliği de ortaya çıkmaktadır.

5.2. Yorumlar

Bu çalışmada foto muhabirliğinin geçirdiği dönüşüm süreci, dijital teknolojilerin etkileri bağlamında ele alınmıştır. Çalışmada öncelikle 1970'li yılların ardından

gerçekleşen toplumsal dönüşüm, sanayi sonrası toplum kuramları bağlamında ele alınmıştır. Diğer taraftan foto muhabirliğin geçirdiği evrimsel süreç ortaya konmuştur. Çalışmanın özgünlüğünü ve biricikliğini sağlayan ise foto muhabirliğinde yaşanan dönüşümün, meslek profesyonelleri ile yapılan görüşmeler çerçevesinde değerlendirilmesidir. Çalışma kapsamında on kişiyle görüşülmüştür. Katılımcılar yaşanan dönüşümün boyutlarını farklı bakış açılarıyla ortaya koymuş ve konuya ilişkin düşünce ve algılarını ifade etmişlerdir.

Foto muhabirliği bir yandan gazetecilik mesleği dahilinde yer alan profesyonel bir disiplin diğer taraftan bir üslup ve anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Fotoğrafın gerçeği yansıtma ve aktarma misyonuna bağlı olarak foto muhabirliği, sıcak haberlere konu olan olayların yanı sıra toplumsal sorunlara ve bu sorunların kökeninde yer alan olgulara da ışık tutmaktadır. Bu noktada foto muhabirliği ile belgesel fotoğraf disiplinleri arasındaki sınırların giderek muğlak hale geldiğini söylemek mümkündür. Bir toplumsal kaygı dahilinde ortaya konan bu fotoğrafların amacı tarihe tanıklık etmek, toplumsal sorunları ortaya koymak ve bunu kitlelere aktarmaktır.

Foto muhabirliği tarihsel süreçte fotoğraf teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte evrimsel bir çizgide yaşamını sürdürmektedir. Ancak foto muhabirliğinin yaşadığı dönüşümü, yalnızca fotoğraf teknolojisindeki gelişmelerle açıklamak yetersiz olacaktır. Temelde teknik bir alet olan fotoğraf makinesini kullanarak yeni anlatım biçimleri, estetik yaklaşımlar ve bakış açıları ortaya koyan ve böylece, kültürel, politik ve teknolojik açıdan yaşadığı çağın ruhunu yansıtabilen uygulayıcılar, diğer bir deyişle foto muhabir ve editörler, foto muhabirliği tarihinde önemli bir role sahiptir. Diğer taraftan içinde bulunduğu toplumun sosyo-ekonomik, kültürel ve politik durumu, foto muhabirliğinin konumunu belirlemektedir. Son olarak foto muhabirlerinin üretimlerini kitlelere ulaştırmalarını sağlayan mecradaki değişimler de foto muhabirliği üzerinde farklı yansımalara neden olmaktadır.

Yaşanan dönüşümü saptayabilmek adına bu çalışmada, 1970'li yıllardan itibaren toplumsal alanda gerçekleşen gelişmelerin yanı sıra, dijital teknoloji ile birlikte ortaya çıkan internet ve yeni medya ortamlarının foto muhabirliğinde yarattığı etki, farklı boyutları ile ele alınmıştır. Son olarak ise çalışma alan profesyonellerinin algı ve görüşleri etrafında ortaya konmuştur.

Dış dünyaya ait görüntülerin sabitlenerek farklı bir yüzeye aktarılma düşüncesi fotoğrafın temel mantığını oluşturmaktadır. Bu düşüncenin hayata geçirilmesini sağlayan ise başta fizik ve kimya bilimlerin dahilinde ortaya konan deneyimlerdir. Farklı kimyasal süreçler sonucunda görüntünün bir başka yüzeyde oluşması ve sonrasında ise sabitlenmesi sağlanmıştır. Işığın içinden geçerek farklı bir yüzeye görüntü olarak düşülmesini sağlayan süreç ise optik gelişmelere yani fizik bilimine dayanır. Fotoğrafın ilk örnekleri bu gelişmelerle ortaya konmuş ve giderek daha hızlı kimyasal süreçler ve ergonomik fotoğraf makineleri ile günümüz fotoğraf pratiklerinin temelleri atılmıştır. Dijital teknolojinin yaygınlaştığı zaman dilimine kadar temel olarak yukarıda bahsedilen gelişmeler kapsamında foto muhabirliği de evrimsel sürecini sürdürmüştür. Ancak bu gelişmelerin hiç biri dijital teknolojinin yarattığı boyutta bir değişime yol açmamıştır. Dijital fotoğraf uygulamalarının yanı sıra dijital teknoloji ile birlikte ortaya çıkan yeni medya ortamları ve fotoğrafın taşıyıcısı olan medyada gerçekleşen dönüşüm, foto muhabirliğinde dramatik değişikliklere neden olmuştur. Yaşanan dönüşümle birlikte medya kuruluşlarının yapılanması, haberi ve fotoğrafı aktarma hızı ve biçimi, reklam gelirleri, içerik sağlama yöntemleri biçim değiştirmiş diğer taraftan sosyal medya ile birlikte sıradan insanlar da içerik üreticisi konumuna gelmiştir. Medyada meydana gelen daralma ile birlikte bir çok foto muhabiri kadrolarından olmuş, serbest çalışmaya ya da farklı üretimler yapmaya yönelmek zorunda kalmıştır. Fotoğraf üretim ve aktarımının kolaylaşması foto muhabirlerinin işini bir yandan kolaylaştırırken diğer taraftan bu durum rekabet ortamının artmasına neden olmuştur. Ayrıca Photoshop gibi yazılımlar sayesinde fotoğraflar üzerinde oynamalar yapmak kolaylaşmış, bunun sonucunda kitleler nezdinde fotoğrafa olan güven azalmıştır. Diğer taraftan yeni medya ortamlarında artan hız ve paylaşılan görsel sayısında yaşanan artışla birlikte, imgeler çabuk tüketilen birer metaya dönüşmüştür.

Dijital teknolojinin foto muhabirliğinde yarattığı köklü değişimle ilgili göze çarpan ilk nokta, foto muhabirliği tanımı ile ilgilidir. Foto muhabirliği temel olarak tanık olmak, toplumu bilgilendirmek ve sorunları yansıtmak gibi niteliklere sahiptir. Süreç içerisinde bu niteliklerin yanına estetik unsurlar ve hikaye anlatıcılığı da eklenmiştir.

Dijital teknolojiye kadar gelişen süreçte, entelektüel birikim ve diğer taraftan teknik hakimiyet de foto muhabirlerinin sahip olması gereken nitelikler olarak öne

çıkmıştır. Ancak dijital teknolojinin ardından, foto muhabirliği alanına dahil olan video ve farklı animasyon teknikleri de foto muhabirliği anlatısına katılmaktadır. İnternet üzerinden geniş kitlelere ulaşmayı amaçlayan foto muhabirleri bütün bu yöntemleri kullanarak anlatıyı zenginleştirmektedir. Bu duruma bağlı olarak foto muhabirliği tanım ve nitelikleri de değişmekte ve genişlemektedir. Bu tanımın içine *"videojournalist" (videogazeteci)*, *"visual story teller" (görsel hikaye anlatıcı)*, *"visual journalist"* gibi kavramlar da dahil olmaya başlamıştır. Yaşanan teknolojik yöndeşme, görüntü, ses ve metnin bir arada aktarılmasını sağlamakta ve buna bağlı olarak multimedya anlatılar öne çıkmaktadır.

Haberin zamanında aktarılması gazeteciliğin temel ilkelerinden biridir. Yeni medya ortamlarının her an güncellenebilir olması ve gerçekleşen bir olayın internet vasıtasıyla küresel çapta hızla yayılabilmesi, haberciler ve foto muhabirleri üzerindeki baskıyı arttırmaktadır. Dijital teknoloji öncesinde, haberin ertesi günün gazetesine yetişecek olması, foto muhabirlerine belirli bir zaman diliminde çalışma olanağı sağlamaktadır.

Çalışmayı gerçekleştiren araştırmacı 1990'lı yılların sonu ve 2000'lerin başında Ankara'da foto muhabirliği yapmış ve bizzat bu ortamın içinde bulunarak analog fotoğraf aktarım sürecine tanık olmuştur. O dönemde henüz dijital fotoğraf olanaklarının olgunlaşmaması ve yaygınlaşmaması nedeniyle analog fotoğraf kullanılmaktaydı. Gazetenin fotoğraf servisi dahilinde bir karanlık oda bulunmakta ayrıca filmleri banyo etmek ve fotoğrafları geçmekle görevli üç personel bulunmaktaydı. Dijital teknolojiye geçiş süreci olarak adlandırılabilecek olan bu dönemde, banyo edilen filmler taranarak, internet aracılığıyla İstanbul'a aktarılmakta idi. Şayet şehir dışındaki bir habere gidilmişse filmler şehirlerarası otobüslerle Ankara'ya ulaştırılırdı. Günümüzde mobil cihazlar sayesinde internete ulaşılabilirliğin artması, foto muhabirlerinin ürünlerini dakikalar içinde haber bürolarına aktarabilme olanağı tanımaktadır. Mevcut olanaklar pratikte farklı yansımalara neden olmaktadır. En başta foto muhabirleri ürettikleri görüntüleri bir an önce haber merkezine göndermek zorunda kalmakta ve bu durumda, alanda çalışma süreleri kısalmaktadır. Hızın getirdiği baskının bir diğer yansıması da editörler üzerinde gerçekleşmektedir. Günümüzde manipüle edilmiş fotoğrafların yayınlanmasındaki artışın bir nedeni, fotoğraflar üzerinde yapılan oynamaların kolaylaşması iken bu sayının artmasının bir diğer nedeni

ise internetin hızıdır. Fotoğrafların hızlı bir biçimde servis edilme zorunluluğu, editöryal denetimi zayıflatmakta ve hata payını arttırmaktadır. Teknolojinin getirdiği hızın bir diğer yansıması ise bizzat fotoğraf makineleri üzerinde görülmektedir. Fotoğraf makineleri, saniyede onlarca kare çekebilecek kapasiteye erişmiş yanı sıra enstantane hızları artmış ve çok düşük ışık koşullarında fotoğraf çekebilmeye olanak sağlayan ISO değerlerine sahip olmuştur. Artan teknolojik kapasite, geçmişte çekilmesine olanak olmayan fotoğrafların ortaya konmasını olanaklı kılmıştır.

İlk icat edildiği andan itibaren fotoğraf gerçekliği aktarma misyonunu üstlenmiş ve bu misyon belgesel fotoğraf ve foto muhabirliği tarafından sürdürülmüştür. Analog fotoğraf döneminde de fotoğrafik görüntülerin, özellikle totaliter rejimlerde, propaganda amacıyla kullanıldığı ve karanlık odada da manipülasyonlar yapıldığı bilinmektedir. Bu tip manipülasyonlara fotoğraf çekimi öncesinde yapılan düzenlemeler de dahildir. Fotoğraf bu anlamda gerçekliğin referansı olarak algılansa da, manipülasyona çok açık bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu süreç dijital teknoloji ile beraber farklı bir boyuta ulaşmıştır. Farklı yazılımlar sayesinde, fotoğraflar üzerinde yapılan oynamalar bir yandan sayıca artarken diğer taraftan anlaşılması çok zor hale gelmektedir. Etik bağlamda ele alınması gereken bu konuyla ilgili genel bir oydaşmanın bulunmadığı gözlemlenmektedir. Fotoğraflar üzerinde yapılan oynamaların boyutu, düzlemi ve sınırları, kurum ve kuruluşlar tarafından belirlenmekte ancak belirli bir standart ortaya konulmamaktadır. Bugün gelinen noktada bazı medya kuruluşlarının belirli filtre ve efektlere göz yumduğu ancak bazılarının ise fotoğraf üzerinde hiç bir dokunuşa izin vermediği gözlemlenmektedir. Katılımcılar genel olarak, yaptıkları işin gerçeği yansıtmak ve aktarmak olduğunu, bu sebeple fotoğraflarında gerçekliği bozacak müdahaleler yapmadıklarını belirtmektedir. Diğer taraftan belirli ölçülerde filtre ve efekt kullanmanın çekici tarafları olduğu ve bu tür oynamaların fotoğrafları daha alımlı hale getirdiği görüşü de savunulmaktadır. Ancak bu durum, kitlelerin fotoğrafları alımlamasında ve fotoğraf yarışmalarında haksız rekabete yol açabilmektedir.

Manipülasyona ilişkin bir diğer olumsuz tablo, fotoğrafın yayınlandığı mecra ile ilgili olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya ortamları ve özellikle sosyal medya platformlarında, fotoğrafların bağlamından koparılarak kullanılması ve hatta farklı olaylara dair fotoğrafların kullanılması ve hızla yayılması dezenformasyona neden

olmaktadır. Bu gibi durumlar foto muhabirliğinin gerçeklikle olan bağını zayıflatmakta ve fotoğraflara olan güveni azaltmaktadır.

Fotoğrafik dil, teknik olanakların gelişmesi ve aletin yeterliliğine bağlı olduğu kadar yayınlandığı mecradaki değişime göre de biçimlenmiştir. Fotoğraf bir anlatım dilidir. Bu anlatım dili ilk yıllarından itibaren gerçekliğin kanıtı ya da belgeleme özelliklerinin yanında, sanatsal üretim ve dışavurum biçimi olarak da var olmuştur. Foto muhabirliğinin kendi özgün anlatım diline ve estetik yaklaşımlarına sahip olduğu zaman dilimi, altın dönem olarak adlandırılan zaman dilimine denk gelmektedir. Bu dönemde özellikle resimli dergiler, bu dilin gelişmesinde önemli pay sahibi olmuştur. Bu dergilerle birlikte ortaya çıkan foto röportaj geleneği ile birlikte, foto muhabirliğinde hikaye anlatma ve estetik yaklaşımlar ön plana çıkmaya başlamış ve foto muhabirliğinin tek fotoğrafla olayı anlatmaktan ibaret olmadığı görüşü ortaya çıkmıştır. Yine bu dönemde foto muhabirliği tarihinin parlak isimleri, farklı estetik yaklaşımlarda ürünler sunarak foto muhabirliğinin özgün dilinin oluşmasını sağlamışlardır. Foto muhabirliğinin anlatım dili teknolojik gelişmeler ve aracın teknik yeterliliği çerçevesinde olduğu kadar fotoğrafın yayınlandığı mecradaki değişimlerle de farklılaşmıştır. İnternet ve yeni medya ortamları bu dilin aktarımına yeni boyutlar kazandırmıştır. Yeni medya ortamlarının yarattığı olanaklar sayesinde foto muhabirlerinin hikaye anlatıcı rolü ağırlık kazanmış ve anlatım dilini geliştirmek ve daha fazla sayıda insana ulaşabilmek adına foto muhabirleri video ve sesi de kullanarak yeni biçimler ortaya koymuşlardır. Görüşme yapılan foto muhabirlerinin bir kısmı, dijital teknolojinin özellikle sıcak haberlerde anlatım dilini kısırlaştırdığını, yüzeysel hale getirdiğini ve foto muhabirlerini tembelleştirdiğini savunmaktadır. Bu görüşe göre özellikle hız baskısı nedeniyle, foto muhabirleri bir an önce fotoğraf geçmek adına, aynı görüntüleri almakta ve alanda yeteri kadar çalışamamaktadır diğer taraftan makinelerin teknik gelişmişlik düzeyi, neredeyse olaylarda insan faktörünü ortadan kaldıracak düzeydedir. Bu görüş bahsedilen kapsamda değerlidir. Ancak özellikle yurttaş foto muhabirliği ile birlikte, sıcak haberlerde foto muhabirlerine olan ihtiyaç azalmıştır. Foto muhabirlerinin anlatım dilini kullanacağı ve yaptığı işleri kıymetli kılacağı yer, yaşanan olaydan bir adım sonrasını ya da uzun soluklu hikayeleri, kendi özgün dilini kullanarak aktaracağı süreçtir. Bu noktada görüşmecilerden bir kısmı, herkesin fotoğraf çekebildiği

ve aktarabildiği günümüzde, foto muhabirlerinin daha özgün işler yapması, hikayeler anlatması ve bunu estetik bir dille yapması gerektiğini savunmaktadır.

Günümüzde sosyal medya ortamları tüm iletişim biçimlerini etkilediği gibi foto muhabirliği de bu etkiden payını almıştır. Sosyal medyadaki paylaşımlarıyla sıradan insanlar da geniş kitlelere ulaşabilmekte ve içerik üreticisi haline gelebilmektedir. Bu etkileşimlilik süreci, en başta yurttaş foto muhabirliği kavramını önemli bir noktaya getirmiştir. Böylelikle doğru ya da yanlışlığı sınanmadan paylaşılan bir içerik, basılı bir gazetenin ulaşabileceğinden çok daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu süreç manipülasyona açık ve dezenformasyon yaratabilecek bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan sosyal medyada çokça paylaşılan görseller, alanda çalışan foto muhabirlerini de etkilemekte o görseli ya da olayı fotoğraflama baskısı altına alabilmektedir. Ayrıca basın kuruluşları gösterilen ilgiden dolayı görselleri sayfalarına taşımak durumunda kalabilmektedir. Yurttaş foto muhabirliği ve sosyal medyanın etkisi bununla da sınırlı değildir. Özellikle Türkiye basınında bu platformlardan gelen görseller sıkça kullanılmakta, gazetelerin görsel ihtiyaçlarının bir kısmı buradan giderilmektedir. Bu durumda profesyonel foto muhabiri istihdam etme ihtiyacı azaltmaktadır. Sosyal medyanın bir diğer etkisi ise foto muhabirlerinin kendilerini görünür kılma ve işlerini yayınlatma adına sağladığı olanaklardır. Dünyanın herhangi bir yerindeki bir foto muhabiri sosyal medyayı kullanarak işlerini sunabilmekte, editörlere ulaşabilmekte ve çalışmalarını yayınlatabilmektedir. Dijital teknoloji ve internet öncesinde oldukça zorlu bir süreç olan işlerini sunabilme olanağı, özellikle sosyal medya ile birlikte kolaylaşmış ve foto muhabirliğini demokratikleştirmiştir diyebiliriz.

Yeni medyayla birlikte medya kuruluşlarının istihdam yapısı ve çalışma koşulları da esnek hale gelme eğilimindedir. Haber odaları küçülmekte istihdam sayısı düşmekte ve bazı birimler tamamıyla kapatılmaktadır. Örneğin daha önce örnek verilen karanlık odacılara artık medya kuruluşlarında ihtiyaç kalmamıştır. Gazetecilik mesleği yıpranma payının çok yüksek olduğu, mesai mefhumu bulunmayan ve gerektiğinde zorlu koşullarda çalışmayı zorunlu kılan bir meslektir. Bu meslek içinde çalışma koşulları en zor olan ve en çok risk taşıyan grup ise foto muhabirleridir. Ancak medyada meydana gelen daralma ile birlikte çok sayıda foto muhabirinin işsiz kaldığı ve farklı arayışlar içinde olduğu gözlemlenmiştir. Medya kuruluşları görsel

ihtiyaçlarının büyük kısmını yukarıda bahsedildiği gibi internet üzerinden, fotoğraf ajanslarından ya da güvencesiz çalışan serbest foto muhabirlerinden sağlamaktadır. Böylelikle medya kuruluşları maaş ve sosyal güvence yükünden kurtulmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu bu mesleği tutkuyla yaptığını ifade etmektedir. Çalışma koşullarının zorluğuna ve ekonomik sıkıntılara rağmen, bu meslek içinde kalmakta ısrarlı oldukları gözlemlenmiştir. Bu durumun pratiğe yansıması ise farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Foto muhabirleri fotoğrafın başka alanlarından elde ettikleri gelirlerle kendi bütçesini oluşturarak, serbest çalışarak ya da kendi ajansını kurarak ayakta kalmaya çalışmaktadır.

Foto muhabirliğinin gerçeği aktarmakla ilgili sırtlandığı misyon, onun tarihsel süreçte toplumsal sorunların çözümünde, politik bir araç olarak kullanılmasında ve eleştirel bir mekanizma olarak görev yapmasında etkili olmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların bir kısmı foto muhabirinin toplumsal kaygılar taşımasının ve sorumluluk duygusuna sahip olmasının gerekliliğini ifade etmiştir. Foto muhabiri gerçeğe tanık olmalı ve onu aktarmalı, toplumsal kaygı duymalı ve eğildiği sorunların çözümüne katkı sağlamalıdır. Fotoğrafın kitleler üzerindeki etkisi, bu tip kullanımına zemin hazırlamaktadır. Fotoğraf tarihi içinde; Jacop Riis ve Lewis Hine'ın çalışmaları, Farm Security Administration projesinde ortaya konan fotoğrafların Amerikan halkı üzerindeki etkisi, Vietnam savaşı sırasında savaş karşıtı gösterilerde fotoğrafın oynadığı rol ve Fikret Otyam'ın toplumsal belgeci fotoğrafları, bu yaklaşıma ve fotoğrafın toplumsal alanda oynadığı role örnek gösterilebilir. Foto muhabirlerini mesleğe tutkuyla bağlayan sebeplerden en önemlisinin, toplumsal kaygılara dair söz söylemeye dayanan bu gelenek olduğu düşünülmektedir. Bu geleneğin oluşmasını sağlayan güç ise fotoğrafın insanlar üzerinde yarattığı etkidir. Fotoğrafların insanlar üzerinde yarattığı etki çalışmada iki boyutta tartışılmaktadır: Birincisi insanların maruz kaldığı görsel bombardımana bağlı olarak fotoğrafların etkisini yitirdiğine ilişkin görüş. İkincisi ise, yeni medya ile birlikte hızla yayılan fotoğrafın global ölçekte yayılarak ulaştığı insan sayısının arttığı ve dolayısıyla etkisinin dünya çapına ulaştığı yolundaki görüş. Fotoğraf üretimi ve paylaşımındaki artışla birlikte, insanların imgeler karşısındaki konumu değişmektedir. Günümüz görsel kültüründe insanlar tarihte daha önce yaşanmamış ölçüde imge bombardımanına tutulmakta ve bu görseller karşısında geçirdikleri zaman giderek azalmaktadır. En büyük acıların sergilendiği ya da insanoğlunun

gerçekleştirdiği vahşete dair görüntüler sıradan hale gelmekte ve insanlarda kanıksama durumu yaratmaktadır. Büyük insanlık dramlarına dair haber ve görseller, kısa bir süre içerisinde gündemden düşmekte ve yerini başka dramlara bırakmaktadır. Öyle ki reklam fotoğraflarında bile artık foto muhabirlerinin üretmiş olduğu dramatik görüntüler kullanabilmekte, reklamlar insanların mutluluğunu sömürdüğü gibi mutsuzluğunu da istismar etmektedir. Böylelikle toplumsal sorunlara çözüm arayan ve çözüme ortak olmaya çalışan foto muhabirlerinin elindeki tek araç olan fotoğrafın, insanlar üzerindeki etkisi ve gücü giderek azalmaktadır. Diğer taraftan internet ortamında basılı bir gazeteye oranla çok geniş kitlelere ulaşabilen fotoğraflar, dünyanın farklı coğrafyalarındaki insanlar üzerinde etki yaratabilmektedir. Bu anlamda fotoğrafın etki alanı genişlemiş ancak etki gücü azalmıştır diyebiliriz.

Televizyonun iletişim alanını domine etmeye başladığı 1970'li yıllardan itibaren foto muhabirliği alanında gerçekleşen bir tartışma, günümüzde halen devam etmektedir. Bu tartışma foto muhabirliğinin işlevini yitirdiğine ve öldüğüne ilişkin tartışmadır. Günümüz medya ortamında, foto muhabirliğinin sıkıntılı bir süreçte olduğu ve alan profesyonellerinin daralan piyasada varlığını sürdürebilmek adına alternatifler aradıkları gözlemlenmiştir. Sosyal medya ve yurttaş foto muhabiri gibi olgular, profesyonellere olan ihtiyacı azaltmıştır ancak kitlelerin güvenilir kaynaklardan haber alma isteği devam etmektedir. Bunu sağlamak adına belirli etik değerlere sahip ve gazetecilik ilkelerini benimsemiş profesyonel gazeteci ve foto muhabirlerine her zaman ihtiyaç olacaktır. Ancak bu noktada foto muhabirlerine düşen rol, teknolojik gelişmeler karşısında dönüşen medyanın ihtiyaçlarına uygun bir biçimde kendilerini geliştirmeleri ve teknoloji ile birlikte kendilerini güncellemeleridir. Profesyonel bir meslek olarak foto muhabirliğinin var oluş koşullarının, piyasa koşullarına göre konumlanarak alternatif yapılanmalar oluşturmak ve foto muhabirlerinin, teknolojik gelişmelere koşut olarak yeterliliklerini arttırmalarından geçtiği düşünülmektedir. Diğer taraftan yüz yılı aşkın bir zaman diliminde varlığını sürdüren ve belirli düşünsel, felsefi ve estetik değerlerini bu süreç içinde oluşturmuş bir fotoğraf dili ve yaklaşımı olarak foto muhabirliğinin varlığını sürdüreceğine ilişkin inanç devam etmektedir.

BÖLÜM 6. SONUÇ

İlk görüntünün sabitlenmesinden, internet üzerinde aktarılabilir hale gelmesine kadar geçen süreç boyunca fotoğraf, teknolojik gelişmeler dahilinde evrimsel sürecini sürdürmüştür. Bu süreçte fotoğrafın anlatı kalıpları, fotoğrafa dair yaklaşım ve üsluplar da aletin yeterliliği ölçüsünde değişime uğramıştır.

Foto muhabirliği, fotoğrafın gerçekliğe tanık olma misyonunu üstlenmiş olan bir yaklaşım, üslup ve aynı zamanda gazetecilik pratiği çerçevesinde biçimlenen bir meslektir. Fotoğraf teknolojisinde gerçekleşen gelişmeler foto muhabirliğine de yansımış, foto muhabirliği bu süreçte dil olarak özgünleşmiştir. Diğer taraftan medyada gerçekleşen hem teknolojik hem de yapısal boyuttaki dönüşümler de foto muhabirliğine farklı boyutlarda yansımıştır. Foto muhabirliğinin anlatı kalıpları, aktarıldığı medyanın yeterlilik ve olanakları çerçevesinde dönüşüme uğramıştır. Diğer taraftan medyadaki yapısal değişiklikler foto muhabirlerinin istihdam ve çalışma biçimlerini etkilemiştir. Foto muhabirliğinin toplumsal yapı ile ilişkisi ise çok farklı boyutlarda ortaya çıkmakta; toplumsal yapıyı oluşturan dinamikler doğrudan ya da dolaylı olarak foto muhabirliği üzerinde etkili olmaktadır. Sanayi sonrası toplum, üretim biçiminden haber ya da görüntü aktarımını sağlayan teknolojilerin olanaklarına, tüketim kalıplarından, imgelerin işlevine kadar geniş bir çerçevede, foto muhabirliğinin bir meslek olarak konumlandırılması ve bir anlatım dili olarak anlamlandırılması açısından etkili olmuştur.

1970'li yıllarda kapitalizmin yaşadığı krizin ardından meydana gelen toplumsal ekonomik ve politik gelişmeler, insan hayatını çok farklı boyutlarda etkilemiştir. Enformasyon ve iletişim alanındaki gelişmeler, çalışma ve üretim biçimlerindeki değişimler, buna bağlı olarak tüketim kalıplarının değişmesi ve kültürel yapılarda meydana gelen değişimler, modern toplumun bir sonraki aşamasına gelindiğini işaret etmektedir. Üretimde yaşanan esneklik, hizmet sektörünün yükselişi, çalışma koşullarında meydana gelen farklılıklar, hiyerarşik yapıların yerlerinden edilmesi ve sosyal devlet anlayışının terk edilmesi, diğer taraftan ulus devletlerin sermaye karşısında güç yitirmesi gibi özellikler, ortaya çıkan yeni yapının ve toplum biçiminin karakteristiğini oluşturmaktadır. Ekonomik ilişkilerin belirleyici olduğu ve insan

hayatının yeniden dizayn edildiği bu süreçte, sanayi sonrası toplumun ortaya çıkışında iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve üretim biçiminin değişmesi önemli rol oynamaktadır. Bu ilişkilere bağlı olarak sanayi sonrası toplumun kültürel ve sosyal boyutları, çalışma biçimleri ve tüketim kalıpları da dönüşüme uğramıştır.

Sanayi sonrası toplumun karakteristik özelliklerinden biri standart üretime dayalı fordist üretim tarzından vazgeçilerek esnek üretime olanak sağlayan post fordist üretime geçilmesidir. Esnek üretimle birlikte şirketlerin üretim ve organizasyon yapıları değişmiş, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde firmalar dünyanın farklı coğrafyalarında ürünlerini ortaya koyacak şekilde organize olmaya başlamıştır. Diğer taraftan üretimde gerçekleşen bu yapısal dönüşümle birlikte işgücü de esnek hale gelmiştir. Taşeronlaşma, yarım zamanlı çalışma ve esnek istihdam ile birlikte iş güvencesi ve ücret politikaları da esnekleşmiş, standart ücret politikaları terk edilmiş ve işgücü maliyetleri düşmüştür. Genel planda ise Keynezyen politikalardan vazgeçilerek sosyal devlet anlayışı terkedilmiştir. İletişim, enformasyon ve bilişim alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni iletişim ortamı, sanayi sonrası toplumun bir diğer karakteristiğini oluşturmaktadır. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte sermayenin küresel olarak yayılmasının önündeki engeller ortadan kalkmıştır. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte veri aktarımı kolaylaşmış, finans sisteminin önündeki engeller kalkarak dünyanın farklı bölgelerindeki finans merkezleri birbirine bağlanmıştır. Esnek üretimi de olanaklı hale getiren bu teknolojiler küresel ekonomin alt yapısını oluşturmuştur. Küresel sistemin önündeki engelleri ortadan kaldırmak adına gerçekleştirilen yasal düzenlemelerle birlikte uluslararası ticaret serbest hale getirilmiş, özelleştirmelerin önü açılmış ve sermayenin önündeki engeller kaldırılmıştır. Bu dönemde medyanın mülkiyet yapısı da değişmiş, kamu yayıncılığı anlayışından vazgeçilerek dev şirketlere ait medya kuruluşları medya piyasasına hakim olmaya başlamıştır. Diğer taraftan sanayi sonrası toplum, kültürel anlamda yansımasını postmodern kültürde bulmaktadır. Postmodern kültür kapitalizmin mevcut zaman diliminde yarattığı toplumun kültürü olarak adlandırılabilir. Modernitenin akılcılık ve ilerleme fikirlerine bir karşı çıkış olarak ortaya çıkan postmodern kültür ekonomik ilişkilerin insan hayatında belirleyici olduğu bu dönemde ekonomiyi yönlendirir hale gelmiştir. Temelde üretim ve tüketim ilişkilerinin değişmesi ve bilgi teknolojileri sanayi sonrası toplumun kültürünün ortaya çıkmasında belirleyici olmuştur. Bu

dönemde kültürel, ekonomik ve toplumsal alanlar arasındaki sınırlar geçirgenleşmiştir. Postmodernizmde, estetik, etik, kuramsal gibi, farklı kültür alanları özerkliklerini kaybederek iç içe geçmektedir. Kültürel alan simgelerin teşhiri etrafında dönmekte ve toplumsal ayrımlar sınıfsal kökeninden kopmaktadır. Diğer taraftan kültürelle ekonomik alan arasındaki ayrım belirsizleşmiş birbirinden beslenir hale gelmiştir. Sanayi sonrasında ekonominin büyük bir kısmı kültürel mal ve hizmetlerin üretimi etrafında dönmektedir. (Kumar, 2013: 143) Esnek üretim, enformasyon ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve postmodern kültür sanayi sonrası toplumun karakteristik özellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmeler toplumsal alanda üretimden, tüketim alışkanlıklarına, emeğin yapılanmasından görsel olana dair bir çok noktada toplumun dönüşümüne neden olmuştur.

Sanayi sonrası toplumun ortaya çıkmasında önemli rol oynayan teknolojik gelişmeler, fotoğrafın hem üretim hem de tüketim alanlarında derin etkiye sahiptir. Bu etkide, dijital teknoloji ile birlikte ortaya çıkan yeni medya ortamlarının da payı büyüktür. Foto muhabirliği bu etkiyle birlikte, bizzat fotoğraf teknolojisinde meydana gelen gelişmelerin ardından üretim açısından, diğer taraftan yeni medya ortamları ile birlikte de, mesleki yapının değişmesi, fotoğraf paylaşım hızının artması ve insanların fotoğraflarla ilişkisi açısından değişime uğramıştır.

Foto muhabirliği bir meslek ve aynı zamanda tarihe tanıklık etmek ve gerçekleri aktarmakla yükümlü fotoğrafik bir yaklaşımdır. Çalışma kapsamında dijital teknolojinin foto muhabirliği alanında yarattığı değişim, profesyonel foto muhabirlerinin algı, düşünce ve görüşlerinin, derinlemesine ve bütüncül bir yaklaşımla ele alınmıştır. Bu doğrultuda teknolojik gelişmeler dijital foto muhabirliği kapsamında değerlendirilmiş ve dijital teknolojinin getirileri katılımcılar tarafında olumlu ve olumsuz yönleriyle ortaya konmuştur. Ortaya konan bulguların foto muhabirliği alanında gerçekleştirilecek olan çalışmalara zemin hazırlayacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan çalışmada elde edilen bulgular foto muhabirliği evreninde yeni araştırmalar yapılması gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Çalışmaya katılan foto muhabirlerinin büyük bir kısmı foto muhabirliğinin kendileri açısından bir meslekten ziyade yaşam tarzı olduğunu ifade etmişlerdir. Görüşme soruları kapsamında katılımcılara öncelikle foto muhabiri kimliğine yönelik

sorular sorulmuş ancak bu sorulara kayda değer bir yanıt alınamamıştır. Bu kapsamda foto muhabirliğine yönelik mesleki kimlik, profesyonellik ve çalışma sosyolojisi alanında yeni çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Dijital teknolojinin foto muhabirliği alanındaki etkisi çok boyutludur. Bu duruma bağlı olarak ortaya çıkan bulguların birbiriyle ilişkisi kaçınılmazdır. Örneğin sosyal medya ve yurttaş foto muhabirliği olguları birbirinden ayrı bir şekilde ele alınamaz ya da internetin hızı, manipülasyon ve fotoğrafların insanlar üzerindeki etkisi konuları da birbiriyle ilişki halindedir. Öte yandan dijital foto muhabirliğinin taşıyıcısı olan yeni medya, fotoğraf anlatısını ve aktarım biçimlerini etkilemiştir. Bu bulgular doğrultusunda dijital foto muhabirliği üzerine yeni medya çalışmalarına gereksinim olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların büyük kısmı mesleğin zorluğunu ve bu mesleğin, ancak tutkuyla seven kişiler tarafından yapılabileceğini ifade etmişlerdir. Gerek örgütsel sıkıntılar gerekse çalışma ortamlarının zorluğu, foto muhabirliğini yıpranma payı yüksek bir meslek haline getirmektedir. Bu doğrultuda çalışmada elde edilen bulgular, bir yandan foto muhabirlerinin tükenmişlik düzeylerini ve bunun örgütsel ve kişisel boyutlarını, diğer taraftan da bu tükenmişlik düzeyinin hangi değişkenler tarafından, nasıl ve ne boyutta gerçekleştiğini ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalar yapılması gerekliliğine işaret etmektedir.

Çalışmada sınırlılıklar gereği toplumsal cinsiyet konusuna yer verilmemiştir. Ancak örneklem seçimi sırasında yapılan araştırma ve gözlemlerde kadın foto muhabiri sayısının oldukça az olduğu saptanmıştır. Bu sayı Türkiye'de ve dünyada erkek foto muhabiri sayısına oranla yüzde onlardadır. Bu amaçla on görüşmeciden ikisi kadın foto muhabirlerinden oluşmaktadır. Bu doğrultuda foto muhabirliği evreninin toplumsal cinsiyet çalışmalarına konu olabileceği düşünülmektedir.

EK'LER

Ek 1 Görüşme Formu

KİŞİSEL BİLGİLER

Ad-Soyad:

Yaş:

Cinsiyet:

Aylık ortalama gelir:

Medeni durum:

Mesleki tecrübe:

Profesyonel kariyeri nasıl başladı:

Mesleği seçme nedeni:

Foto muhabirliği tanımı yapabilir misiniz:

Foto muhabiri kimdir, sahip olması gereken nitelikler nelerdir:

Foto muhabiri olarak ... kimdir:

Mesleğinizde kendinizi nerede görüyorsunuz, geleceğe ilişkin hedefiniz nedir:

GÖRÜŞME SORULARI

1. **Yaşanan toplumsal ve teknolojik dönüşümün foto muhabiri kimliğine etkisi nedir?**

1.a. Dijital teknolojinin foto muhabirliği üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini değerlendiriniz?

1.b. Dijital sonrası fotoğraf ve etik ilişkisini değerlendiriniz?

2. **Değişen medya ve fotoğraf ilişkisi içinde fotoğrafın üretim ve tüketim aşamalarında gözlemiş olduğunuz problemler nelerdir?**

2.a. Medyada fotoğrafın ve foto muhabirlerinin yerini değerlendiriniz?

2.b. Fotoğrafın yayınlandığı mecralarda yaşanan değişimi ve bunun fotoğraf üzerindeki etkisi hakkında neler düşünüyorsunuz?

3. Dijital dönüşümün ardından üretimlerinizin izleyici/alıcı tarafından anlamlandırılma sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

3.a. Yaşanan teknolojik dönüşümün, foto muhabirliğinin etki ve gücü üzerindeki etkisini değerlendiriniz?

3.b. Teknolojiye erişimin kolaylaşması ile birlikte izleyicilerin içerik üretmesi ve dağıtmasının kolaylaşmasının foto muhabirliği üzerindeki etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

4. Sonlandırma Soruları

4.a. Foto muhabirliğinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

4.b. Eklemek istediğiniz başka bir konu var mı?

KAYNAKÇA

Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2000). Aydınlanmanın Diyalektiği. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Akmehmet Şekerler, Y. (2015). Derinlemesine Görüşme. Seggie F. N. ve Bayyurt Y. (Ed), Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları içinde (186-202). Ankara: Anı Yayıncılık.

Alemdar, K ve Erdoğan, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim. Ankara: Ümit Yayınları.

Amar, J. P. (2009). Basın Fotoğrafçılığı. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Arnheim, R. (2007). Görsel Düşünme. İstanbul: Metis Yayın.

Avcı, A. (2013). İnternet Özgürlüğü ve Fikri Haklar, Özçetin B., Göker G, Bayraktutan G., Sayımer İ. ve Çomu T. (Der), Yeni Medya Çalışmaları 1. Ulusal Kongresi Kongre Kitabı içinde (431-452), Kocaeli

Barnard, M. (2002). Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür. Ankara: Ütopya.

Barret, T. (2012). Fotoğrafı Eleştirmek. İstanbul: Hayalperest.

Başaran, F. (2010). İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politiği. Ankara: Ütopya.

Başaran, F. (2014). İletişim ve Emperyalizm, Türkiye'de Telekomünikasyonun Ekonomi-Politiği. Ankara: Ütopya.

Baudrillard, J. (2005). Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği. Ankara: Doğu Batı.

Baudrillard, J. (2010). Nesneler Sistemi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Baudrillard, J. (2013). Tüketim Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baumann, Z. (2003). Modernlik ve Müphemlik. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baumann, Z. (2012). Küreselleşme, Toplumsal Sonuçları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Benjamin, W. (1995). Pasajlar. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Berger, J. (1995). Görme Biçimleri. İstanbul: Metis.

Berger, J. (1999). Görünüre Dair Küçük Bir Teoriye Doğru Adımlar. İstanbul: Metis.

Berman, M. (2016). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor. İstanbul: İletişim Yayınları.

Best, S. ve Kellner D. (2011). Postmodern Teori. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. (Der.) Binark. M. Yeni Medya Çalışmaları içinde (21-45). Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, M. (2015). Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı Hakkında: Neden? *Folklor/Edebiyat,* 83: 9-18.

Binark, M. ve Löker, K. (2011). Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi. Ankara: SGTM.

Bocock, R. (2005). Tüketim. Ankara: Dost Yayınları.

Braverman, H. (2008). Emek ve Tekelci Sermaye. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bresson, H. C. (2006). Karar Anı. İstanbul: YGS Yayınları.

Burnett, R. (2012). İmgeler Nasıl Düşünür. İstanbul: Metis Yayınları.

Campbell David, (2010), Dead or Alive? The State of Photojournalism, https://www.david-campbell.org/2010/10/05/dead-or-alive-the-state-of-photojournalism/ erişim: 5 Kasım 2015

Campbell, D. (2010). Photojournalism in the New Media Economy. Nieman Reports, 60(1): 15-16.

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi (Cilt 1). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Siyasal Kitap.

Çakır, M. (2014). Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Çiğdem, A. (1997). Bir İmkan Olarak Modernite Weber ve Habermas. İstanbul: İletişim Yayınları.

Çiğdem, A. (2008). Akıl ve Toplumun Özgürleşimi: Jürgen Habermas ve Eleştirel Epistemoloji Üzerine Bir Çalışma. İstanbul: İletişim Yayınları.

Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dumenil, G. Löwy, M. ve Renault, E. (2013). Marksizmin 100 Kavramı. İstanbul: Yordam Kitap.

Durkheim, E. (2006). Toplumsal İşbölümü. İstanbul: Cem Yayınevi.

Eagleton, T. (2011). Postmodernizmin Yanılsamaları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ergun, Doğan (1973). Yüz Soruda Sosyoloji El Kitabı. Ankara: Gerçek Yayınevi.

Featherstone, M. (2013). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Freund, G. (2006). Fotoğraf ve Toplum. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx. Ankara: Nota Bene.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gibson-Graham, J.K. (2010). (Bildiğimiz) Kapitalizmin Sonu. İstanbul: Metis Yayınevi.

Giddens, A. (1994). Modernliğin Sonuçları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gorz, A. (2007). İktisadi Aklın Eleştirisi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gorz, A. (2011). Maddesiz: Bilgi, Değer ve Sermaye. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gorz, A. (2014). Yaşadığımız Sefalet Kurtuluş Çareleri. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Güldiken N. (2015). Çalışma Sosyolojisi. İstanbul: Nobel Akademi Yayınları.

Habermas, J. (1994). Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje. Ed: Necmi Zeka, Postmodernizm-Jameson, Lyotard, Habermas içinde s. 31-44. İstanbul: Kıyı Yayınları.

Habermas, J. (2001). İletişimsel Eylem Kuramı, Cilt I: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Hadland A., Campbell D. ve Lambert P. (2015). The State of News Photography: The Lives and Livelihoods of Photojournalists in the Digital Age. Amsterdam: World Press Photo.

Hannavy, J. (Ed.). (2008). Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

Hardt, M. ve A. Negri (2004). Çokluk. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Harvey, D. (1993). Esneklik; Tehdit mi Yoksa Fırsat mı? Toplum ve Bilim, 55-61: 83-92.

Harvey, D. (2000). Postmodernliğin Durumu. İstanbul: Metis Yayınları.

Hay J. ve Couldry N. (2011). Rethinking Convergence/Culture, Cultural Studies, 25(4-5): 473-486.

Hobsbawm, E. J. (2003a). Devrim Çağı: 1789-1848. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Hobsbawm, E. J. (2003b). Sermaye çağı: 1848-1875. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Kashi, E. (2010). Journey to a New Beginning. Nieman Reports, 60(1): 8-10.

Kumar, Krishan (2013). Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları. Ankara: Dost Kitabevi.

Lacayo, R. ve Russell, G. (1995). Eyewitness: 150 Years of Photojournalism. New York: Time Home Entertainment Incorporated.

Lefebvre, H. (2010). Gündelik Hayatın Eleştirisi I. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Leppert, R. (2009). Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ludtke, M. (2010). Visual Journalism Fresh Approaches and New Business Strategies For the Multimedia Age. Nieman Reports, 60(1): 4-5.

Lyotard, J. F. (2000). Postmodern Durum. Ankara: Vadi Yayınları.

Mäenpää, J. (2014). Rethinking Photojournalism: The Changing Work Practices and Professionalism of Photojournalists in the Digital Age. Nordicom Review, 35(2): 91-104.

Marks, K. (1976). Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı. Ankara: Sol Yayınları.

Marks, K. (2011). Kapital, Birinci Cilt. Ankara: Sol Yayınları.

Marx, K. (2000). 1844 El Yazmaları. İstanbul: Birikim Yayınları.

Marx, K. ve Engels, F. (1997). Komünist Parti Manifestosu. Ankara: Sol Yayınları.

Miller, R. (2008). Magnum, Tarihin Ön Cephesinde Elli Yıl; Efsanevi Fotoğraf Ajansının Hikayesi. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Newton J. H. (2009a). Photojournalism, Journalism Practice, 3(2): 233-243

Newton, J. H. (2009b). Photojournalısm. Do People Matter? Then Photojournalism Matters. Journalism Practice 3(2): 233–243.

Oral, M. (2000). Weimar Cumhuriyeti'nden Günümüze Fotoğraf Ajanslarının Fotojurnalizme Katkıları. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Oskay, Ü. (1993). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. İstanbul: Der Yayınları.

Özendes, E. (2001). Yüzyılın Fotoğrafları, Birleşik Devletler Ulusal Arşivinden Seçmelerle Amerikan Fotoğrafının Yüz Yılı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Paker, T. (2015). Durum Çalışması. Seggie F. N. ve Bayyurt Y. (Ed), Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları içinde (119-135). Ankara: Anı Yayıncılık.

Peres, M. R. (Ed.). (2007). The Focal Encyclopedia of Photography. New York: Taylor & Francis.

Ritzer, G. (1998). Toplumun McDonaldlaştırılması. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2000). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rothstein, A. (1984). Photojournalism. New York: Focal Press.

Saad-Filho, A. (2006). Marx'ın Değeri; Çağdaş Kapitalizm İçin Ekonomi Politik. İstanbul: Yordam Kitap.

Sennett, R. (2011). Yeni Kapitalizmin Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sontag, S. (1999). Fotoğraf Üzerine. İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.

Sontag, S. (2004). Başkalarının Acısına Bakmak. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sterling, C. H. (Ed.). (2009). Encyclopedia of Journalism. California: SAGE Publications.

Taş, O. (2006). İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri: Teknoloji, Pazar ve Düzenleme. Kültür ve İletişim, 9(2): 33–62.

Taymaz, E. (1993). Kriz ve Teknoloji, Toplum ve Bilim Dergisi. 56-61: 5-41.

The Editors of Time-Life Books (1983) Life Library of Photography, Photojournalism. Chicago: Time Life Books.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi.

Toffler, A. (2008). Üçüncü Dalga. İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Topçuoğlu, N. (2000). Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Türkoğlu, N. (2004). Toplumsal iletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Tanımlar Kavramlar Tartışmalar. İstanbul: Babil Yayınları.

Uğur, A. (1993), İletişim, işletmecilik ve örgüt sosyolojisinin ilk randevusu: Ağ tarzı örgüt modeli, Toplum ve Bilim, 56-61: 148-165.

Vowinckel, A. (2013). German (Jewish) Photojournalists in Exile: A Story of Networks and Success. German History, 31(4), 473-496.

Wattriss, W. (2010). Steps Learned Along the Way: Redefining Photojournalism's Power. Nieman Reports, 60(1), 20-21.

Wayne, M. (2015). Marksizm ve Medya Araştırmaları: Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler. İstanbul: Yordam.

Weber, M. (1999). Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu. Ankara: Ayraç Yayınları.

Weeks, K. (2014). Çalışma Sorunu: Feminizm, Marksizm, Çalışma Karşıtı Politika ve Çalışma Sonrası Tahayüller. İstanbul: Ayrıntı.

Yentürk, N. (1993). Post-Fordist Gelişmeler ve Dünya İktisadi İşbölümünün Geleceği. Bilim ve Toplum, 56–61: 44–54.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik. Selçuk İletişim, 6(2): 230-253.